

**PENGELOLAAN WACANA KRITIS PARA ELIT POLITIK  
TERHADAP KINERJA PEMERINTAHAN JOKOWI  
DALAM NEW MEDIA TWITTER**



*Skripsi*

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik  
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
MAKASSAR  
**ARISANDI**  
**NIM.30600115123**

**ILMU POLITIK  
FAKULTAS USHULUDDIN FILSAFAT DAN POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arisandi  
NIM : 30600115123  
Tempat/Tgl.lahir : Bontoboddia, 02, Mei 1996  
Jurusan : Ilmu Politik  
Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat  
Alamat : Kalemandalle, Bajeng Barat  
Judul : Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik  
Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi Dalam  
New Media Twitter

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

Gowa, 02 Februari 2021

Penyusun

Arisandi  
NIM: 30600115123

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi Dalam New Media Twitter”, yang disusun oleh Arisandi, NIM : 30600115123, Mahasiswa Prodi Ilmu Politik pada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 24 Februari 2021, dinyatakan telah dapat di terima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik.

Gowa, 02 Februari 2021

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Abdullah, S.Ag., M.Ag (.....)

Sekretaris : Nur Utaminingsih, S.IP, M.Si. (.....)

Munaqisy I : Prof. Dr. H. Muhammad Ramli, M.Si (.....)

MunaqisyII : Dr. Muhaemin, S.Ag., M.Th.I., M.Ed (.....)

PembimbingI : Dr. Anggriani Alamsyah, S.IP., M.Si (.....)

Pembimbing II : Nur Utaminingsih, S.IP, M.Si. (.....)

Diketahui oleh:  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan  
Filsafat  
UIN Alauddin Makassar

**Dr. Muhsin Mahfudz, S.Ag. M.**  
**Th.I**  
**NIP. 19711125 199703 1 001**

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan puji hanya milik Allah SWT, Tuhan Alam semesta, Penguasa kerajaan langit dan bumi. Atas segala curahan rahmat, nikmat, taufiq dan hidayahnya di setiap nafas hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw, keluarga, kerabat serta sahabatnya yang menjadi tauladan bagi para umat manusia, semoga selalu tercurah rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Amin.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan. Namun, berkat kerja keras dan kesungguhan serta doa, bimbingan dan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih terutama kepada kedua orang tua penulis yaitu Ayahanda Amiruddin Daeng Bella dan Ibunda Ramlah Daeng Suji, atas segala doa dan dukungan yang takkan mampu diukur oleh satuan apapun, dan tak terbahasakan dengan istilah apapun, dengan cinta dan kasih telah membesarkan saya. Dan untuk adik-adik tercinta yang stak pernah lelah menanyakan kabar baik saya dalam menyelesaikan studi.

Perkenankan juga penulis mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan kepada:

1. Prof. Drs. Hamdan Juhannis M.A, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
2. Dr. Muhsin, M.Th.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. Dr.Hj Rahmi Damis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Darmawati H., S.Ag., M.HI selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum

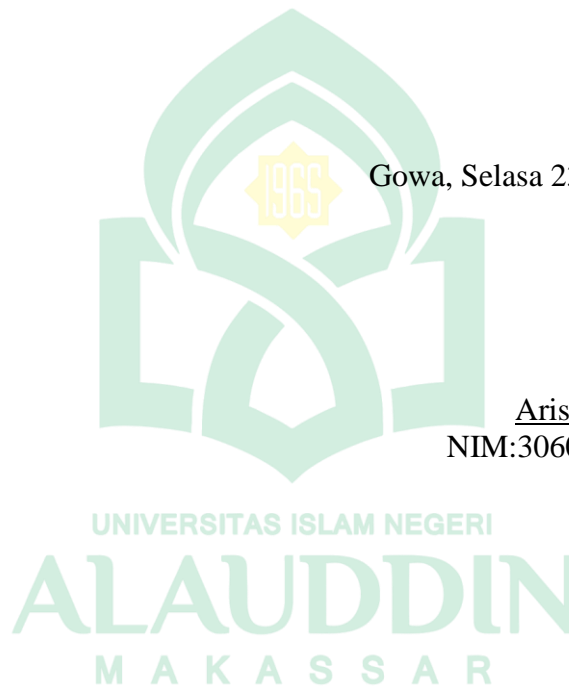
dan Perencanaan Keuangan dan Dr. Abdullah, S.Ag., M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Alauddin Makassar.

4. Syahrir Karim, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar dan Nur Utaminingsih, S.IP, M.Si. selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Politik UIN Alauddin Makassar.
5. Dr. Anggriani Alamsyah, S.IP., M.Si selaku Pembimbing I dan Nur Utaminingsih, S.IP, M.Si. selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak pengetahuan dan kontribusi ilmu terkait judul yang diangkat penulis serta selalu sabar dalam membimbing penulis.
6. Prof. Dr. H. Muhammad Ramli, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik tahun ajaran 2015-2020, Prof. Dr. Muhammad Saleh Tajuddin, MA,Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik tahun ajaran 2020-2021
7. Prof. Dr. H. Muhammad Ramli, M.Si dan Dr. Muhaemin, S.Ag., M.Th.I., M.Ed selaku penguji yang memberikan banyak masukan dan perbaikan Skripsi yang disusun oleh penulis.
8. Segenap Dosen Ilmu Politik dan Staf Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Alauddin Makassar yang telah banyak membantu dan mengarahkan penulis hingga ketaraf penyelesaian.
9. Kepada sahabat seperjuangan di Ilmu Politik Angkatan 2015, terutama kelompok kelompok 5/6 yang telah menemani masa-masa menyenangkan selama menjalani status mahasiswa, kalian adalah lawan debat sekaligus kawan berfikir yang hebat, betapapun kadang kita berbeda dalam banyak hal untuk menilai suatu fenomena sosial.

10. Kepada teman-teman Vektor, Syakir, Aidir, Takdir, Rambo, Wawan, Akshan, Hendra, Misdar, Rudi yang sampai detik ini selalu memberi motivasi dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada teman-teman FLP Ranting UINAM, Pamatte Institute yang telah banyak memberikan masukan dan dan tehnik penulisan yang baik, sebuah wadah yang menampung orang-orang hebat dengan semangat mengembangkan literasi yang luar biasa.
12. Kepada kawan-kawan Pojok Kantor Camat, dan KPMBB, Hipma Gowa Kord. UINAM yang selalu menjadi tempat yang menyenangkan dalam mengurai kepenatan juga telah menghimpun kawan-kawan diskusi yang hebat dalam mengembangkan dan merawat minat belajar
13. Kepada teman-teman KKN Angk. 60 Desa Bonelemo Utara. Beserta seluruh warga Desa Bonelemo Utara, Kecamatan Bajo Barat Kabupaten Luwu yang selalu memberikan semangat, motivasi dan pengalaman yang menyenangkan selama kenal dengan penulis.
14. Kepada kawan-kawan pegiat literasi dan pustakawan yang ada dalam “Gerakan Literasi Gowa” terimakasih karena telah menyediakan ruang kontemplasi yang baik lengkap dengan sajian buku-buku yang beragam.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak meskipun belum cukup rasanya untuk membalas semua yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Mohon maaf apabila belum sempat saya sebutkan satu persatu, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penuntut ilmu serta semoga bernilai ibadah dihadapan Allah SWT

Gowa, Selasa 23 Februari 2021



Arisandi  
NIM:30600115123

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	x
ABSTRAK.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. <i>Latar Belakang</i> .....	1
B. <i>Rumusan Masalah</i> .....	11
C. <i>Kegunaan Penelitian dan Tujuan</i> .....	11
D. <i>Tinjauan Pustaka</i> .....	12
BAB II.....	15
TINJAUAN TEORITIS.....	15
A. <i>Komunikasi politik dan Konsep New Media</i> .....	15
B. <i>Analisis Wacana Kritis</i> .....	25
C. <i>Aktor Politik</i> .....	30
D. <i>Alur dan Kerangka Penelitian</i> .....	33
METODE PENELITIAN.....	34
A. <i>Jenis Penelitian</i> .....	34
B. <i>Fokus Penelitian.</i> .....	35
C. <i>Sumber Data</i> .....	35
D. <i>Metode Pengumpulan Data</i> .....	36
E. <i>Analisis Data</i> .....	37
F. <i>Tahap-Tahap Penelitian</i> .....	39
BAB IV .....	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
A. <b>Twitter sebagai Media baru dalam Komunikasi Politik</b> .....	40



<i>B. Akun Twitter Elit Politik</i> .....	44
<i>C. Temuan penelitian</i> .....	51
<i>D. Analisis wacana kritis terhadap wacana politik di sosial media</i> .....	56
<b>BAB V</b> .....	90
<b>PENUTUP</b> .....	90
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	90
<b>B. Saran</b> .....	91



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\ʾa	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

#### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fath}ah</i>	a	A
اِ	<i>Kasrah</i>	i	I
اُ	<i>d}ammah</i>	u	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fath}ah dan ya&gt;'</i>	Ai	a dan i
اَوَّ	<i>fath}ah dan wau</i>	Au	a dan i

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اَ...	<i>fath}ah dan alif atau ya&gt;'</i>	a>	a dan garis di atas
اِ	<i>kasrah dan ya&gt;'</i>	i>	i dan garis di atas
اُ	<i>d}ammah dan wau</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *ma>ta*

رَمَى : *rama>*

قِيلَ : *qi>la*

يَمُوتُ : *yamu>tu*

### 4. Ta>' marbu>t}ah

Transliterasi untuk *ta>' marbu>t}ah* ada dua, yaitu: *ta>' marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fath}ah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta>' marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta>' marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta>' marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raud}ah al-at}fa\>l*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madi>nah al-fa\>d*ilah  
الْحِكْمَةُ : *al-h*ikmah

### 5. Syaddah (Tasydi>d)

Syaddah atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana>*  
نَجِّينَا : *najjaina>*  
الْحَقُّ : *al-h*aqq  
نُعَم : *nu*‘ima  
عَدُو : *‘aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i>*.

Contoh:

عَلِي : ‘Ali> (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)  
عَرَبِي : ‘Arabi> (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma‘rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syams* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)  
الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*  
الْبِلَادُ : *al-bila>d*

### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta*‘muru>n  
النَّوْءُ : *al-na*u‘  
شَيْءٌ : *syai*’  
أَمْرٌ : *umirtu*

### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau

kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'a>n*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fi> Z}ila>l al-Qur'a>n*  
*Al-Sunnah qabl al-tadwi>n*

#### 9. *Lafz} al-Jala>lah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

الله *di>nulla>h* بالله *billa>h*

Adapun *ta>' marbu>t}ah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz} al-jala>lah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi> rah}matilla>h*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa ma> Muh}ammadun illa> rasu>l*

*Inna awwala baitin wud}i'a linna>si lallaz\i> bi Bakkata muba>rakan*

*Syahru Ramad}a>n al-laz\i> unzila fi>h al-Qur'a>n*

*Nas}i>r al-Di>n al-T}u>si>*

*Abu> Nas}r al-Fara>bi>*

*Al-Gaza>li>*

*Al-Munqiz\ min al-D}ala>l*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibn (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu> al-Wali>d Muh}ammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu> al-Wali>d Muh}ammad (bukan: Rusyd, Abu> al-Wali>d Muh}ammad Ibn)

Nas}r H}a>mid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu> Zai>d, Nas}r H}a>mid (bukan: Zaid, Nas}r H}a>mi>d Abu> )

## B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subh}a&gt;nahu&gt; wa ta'a&gt;la&gt;</i>
saw.	= <i>s}allalla&gt;hu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-sala&gt;m</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS.../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS A<l 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## ABSTRAK

Nama : Arisandi

Nim : 30600115123

Judul : Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Pemerintahan Jokowi dalam Media Twitter

---

Skripsi ini adalah suatu kajian perihal komunikasi politik yang membahas tentang upaya para aktor kontemporer yang menjadi oposisi pemerintah dalam upaya membangun wacana kritis terhadap kinerja pemerintahan Jokowi dengan menggunakan *New Media* sebagai salurannya. Penelitian ini mencoba memberikan pandangan bagaimana proses wacana yang dikembangkan oleh Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, Haris Azhar yang banyak mengkritik kebijakan dan pola kepemimpinan dalam pemerintahan Jokowi melalui twitter sebagai salah satu *New Media* yang berkembang dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif terhadap temuan-temuan dan hasil analisis dengan menggunakan analisis wacana kritis perspektif Norman Fairclough, yang dilakukan dengan cara tiga level analisis. Data-data hasil penelitian didapatkan melalui hasil observasi dan dokumentasi, kemudian dilanjutkan dengan tahap analisis data dengan cara mereduksi data, menyajikan data, menganalisis isi, lalu menarik kesimpulan. Teori yang digunakan dalam mengidentifikasi dan membedah temuan adalah komunikasi politik, analisis wacana kritis dan aktor kontemporer.

Hasil penelitian ini menunjukkan, dari hasil analisis wacana kritis tweet-tweet oposisi, komunikasi politik yang dihadirkan di twitter lebih bersifat komunikasi nonformal dengan membicarakan berbagai topik dari berbagai perspektif dengan latar belakang berbeda-beda, elastisitas sosial media juga memberikan ruang yang setara terhadap setiap penggunaannya untuk untuk mengekspresikan diri sehingga membentuk pola komunikasi antar-pribadi, dimana komunikator dan komunikan bisa bergantian posisi dengan pesannya masing-masing. Hal tersebut dapat dilihat dalam proses analisis wacana kritis, pada level mikro oposisi membangun wacananya melalui teks dengan melihat kebijakan pemerintah, lalu pada level meso, terlihat masyarakat membangun wacana tandingannya terhadap wacana oposisi, lalu pada level makro situasi sosial politik dan ekonomi yang terjadi di Indonesia mempengaruhi perkembangan partisipasi masyarakat terhadap proses politik melalui komunikasi politik yang terjadi akibat pertumbuhan pengguna media sosial.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. *Latar Belakang*

Komunikasi ada di mana-mana, di dalam rumah, di kampus, di kantor dan di dunia maya, dan dalam beragam pembahasan termasuk politik. komunikasi telah menjadi salah satu unsur penting untuk menyampaikan ide dan gagasan seseorang atau suatu kelompok politik. dengan komunikasi kita membentuk saling pengertian, menyebarkan pengetahuan dan melestarikan peradaban, secara sederhana komunikasi adalah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain.<sup>1</sup>

Dalam komunikasi terdapat komunikasi politik yang bertujuan sebagai penyampaian gagasan dan pengenalan identitas, komunikasi politik memang tidak cukup hanya dengan menggabungkan dua definisi, “komunikasi” dan “politik”. Ia memiliki konsep tersendiri, meskipun secara sederhana merupakan gabungan dari dua konsep tersebut. Komunikasi politik secara keseluruhan tidak bisa dipahami tanpa menghubungkannya dengan dimensi politik dengan segala aspek dan problematikanya. Kesulitan dalam mendefinisikan komunikasi politik terutama dipengaruhi oleh keragaman sudut pandang terhadap kompleksitas realitas sehari-hari.<sup>2</sup>

Dalam pandangan Dye (1988: 1), *politics* didefinisikan sebagai “*the management of conflict*.” Definisi ini didasarkan pada satu anggapan bahwa salah satu tujuan pokok pemerintahan adalah untuk mengatur konflik. Jadi pemerintahan sendiri pada dasarnya diperlukan untuk memberikan jaminan

---

<sup>1</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Cet. 27 (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017), h. 9.

<sup>2</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia*, Cet. 1 (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA 2008), h. 28.



kehidupan yang tentram bagi masyarakatnya, terhindar dari kemungkinan terjadinya konflik diantara individu ataupun kelompok dalam masyarakat.

Dari proses politik seperti itu, terlihat kemudian posisi penting komunikasi politik terutama sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan-pesan yang dapat memfungsikan kekuasaan. Dalam hal ini, Susanto (1985: 2) mendefinisikan komunikasi politik sebagai “komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama.”

Ada beberapa komponen penting yang terlibat dalam proses komunikasi politik. *Pertama*, komunikator dalam komunikasi politik, yaitu pihak yang memprakarsai dan mengarahkan suatu tindak komunikasi. Seperti dalam peristiwa komunikasi pada umumnya, komunikator dalam komunikasi politik dapat dibedakan dalam wujud individu, lembaga, ataupun berupa kumpulan orang. Jika seorang tokoh, pejabat ataupun rakyat biasa, misalnya, bertindak sebagai sumber dalam suatu kegiatan komunikasi politik, maka dalam beberapa hal ia dapat dilihat sebagai sumber individual (*individual source*). Sedang pada momentum yang lain, meskipun individu-individu itu yang berbicara tapi karena ia mewakili suatu lembaga atau menjadi juru bicara dari suatu organisasi, maka pada saat itu ia dapat dipandang sebagai sumber kolektif (*collective source*).

*Kedua*, khalayak komunikasi politik, yaitu peran penerima yang sebetulnya hanya bersifat sementara. Sebab, seperti konsep umum yang berlaku dalam komunikasi, ketika penerima itu memberikan feedback dalam sesuatu proses komunikasi politik, atau pada saat ia meneruskan pesan-pesan itu kepada khalayak lain dalam kesempatan komunikasi yang berbeda, maka pada saat itu peran penerima telah berubah menjadi sumber atau komunikator. Khalayak

komunikasi politik dapat memberikan respon atau umpan balik, baik dalam bentuk pikiran, sikap maupun perilaku politik yang diperankannya.

*Ketiga*, saluran-saluran komunikasi politik, yakni setiap pihak atau unsur yang memungkinkan sampainya pesan-pesan politik. Dalam hal-hal tertentu, memang terdapat fungsi ganda yang diperankan unsur-unsur tertentu dalam komunikasi. Misalnya, dalam proses komunikasi politik, birokrasi dapat memerankan fungsi ganda. Di satu sisi, seperti telah dijelaskan diatas, ia berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan-pesan yang berasal dari pemerintah; dan disisi lain, ia juga dapat berperan sebagai saluran komunikasi bagi lewatnya informasi yang berasal dari khalayak masyarakat. Fungsi ganda yang sama juga biasa diperankan oleh organisasi termasuk ormas-ormas Islam di Indonesia seperti halnya Nahdatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, dan media massa.<sup>3</sup>

Pada saat yang bersamaan teknologi komunikasi berkembang begitu pesat dan telah merambah kehidupan umat manusia. salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi adalah media baru (*New Media*) yang telah melahirkan media sosial.<sup>4</sup> Media sosial adalah bagian dari media massa yang saat ini sangat banyak digunakan oleh berbagai kalangan dan segala umur, media sosial atau biasa disebut medsos atau sosmed ini terdiri dari berbagai macam konten seperti facebook, Instagram, tinder, youtube, twitter, dsb. Setiap konten memiliki keunggulan masing-masing namun terlepas dari semua itu fungsinya tetap sama yaitu untuk bisa berkomunikasi dengan masyarakat luas.<sup>5</sup>

Mudahnya media sosial diakses dan digunakan oleh setiap pengguna internet, menjadikan sosmed sebagai tempat komunikasi yang begitu ramai

---

<sup>3</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia*, h. 34.

<sup>4</sup>Faridhian Anshari, “*Komunikasi Politik di Era Sosial Media*”, Jurnal Komunikasi, ISSN 1907-898X Vol 8, No.1 Oktober 2013

<sup>5</sup>Indriya Suciningsih, “*Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabaya di Twitter*”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Tahun 2019.

peminat, dengan berbagai macam pembahasan. Tak jarang pembahasan politik menjadi topik yang trending di segala sosial media seperti facebook, Twitter, dan Instagram. Seperti contohnya pada saat menjelang pemilu pilpres, media sosial telah berubah menjadi satu arena baru bagi para aktor politik dan para pendukung capres untuk menyampaikan sebuah gagasan ataupun informasi-informasi pribadi capres yang bisa mengangkat citra politik capres dukungannya.

Indonesia sebagai negara berkembang, menjadi negara dengan kebutuhan internet yang cukup tinggi, berdasarkan data dari asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia akhir tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23% dari total populasi negara ini. Tahun 2013, angka itu diprediksi naik sekitar 30% menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 pengguna pada 2014 dan 139 juta atau 50% total populasi pada 2015. Jumlah pengguna ini mencapai 30% dari total pengguna internet dunia yang mencapai 2,4 milyar.

Berdasarkan data SocialBackers.com bulan Maret 2013, pengguna Facebook di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup besar selama 6 bulan terakhir, Indonesia secara peringkat menempati posisi ke-4 pengguna Facebook dengan jumlah 47.165.080. dari jumlah ini golongan usia 18-24 tahun memiliki peringkat teratas sebagai pengguna Facebook dengan persentase 41%, urutan kedua berusia 25-34 tahun dengan 24,5% dan ketiga usia antara 13-17 tahun 24,3% dan golongan usia 35-44 menempati urutan ke-4 dengan 8%. Untuk Twitter Indonesia juga menduduki posisi ke-4 dengan jumlah pengguna berkisar 19,7 juta. Berdasarkan usia, lebih dari setengah pemilik akun Twitter di Indonesia berusia antara 20-44 tahun, dengan perincian usia 20-34 tahun sebanyak 30%,

usia 35-44 tahun 27%, pengguna berusia di atas 45 tahun sebanyak 26% dan usia di bawah 20 tahun sebanyak 17%.<sup>6</sup>

Pada data *Emarketer* yang diunggah pada laman Kominfo pada tahun 2014 populasi pengguna internet tanah air mencapai 83,7 juta orang, pada tahun 2015 mencapai 93,4 juta, 2016 mencapai angka 102,8 juta, 2017 112,6 juta, 2018 123 juta jiwa.<sup>7</sup>

Seiring perkembangannya sosial media telah mendapat tempat pada pelaku politik sebagai alat komunikasi politik, para aktor dan aktris politik, beserta para simpatisannya atau yang sering disebut buzzer politik menyebar wacana-wacana tertentu untuk mengkonstruksi para khalayak pembacanya atau para *follower*, sebagai contohnya saat pasca pilpres netizen menganggap bahwa di kubu Jokowi dia merasa menang dan dikubu Prabowo juga merasa menang yang akhirnya memicu emosi bagi kedua pendukung sebagai reaksi terhadap isu tersebut dan akhirnya mereka saling caci maki dalam jumlah yang besar karena masing-masing dari mereka memiliki keyakinan kebenaran yang ingin dipercayai dan di sisi lain media sosial juga telah berevolusi menjadi salah satu ladang sumber informasi masyarakat, bahkan menurut Rustika pada laman CNN Indonesia, media arus utama seperti televisi dan media daring mengambil informasi dari sosial media.<sup>8</sup>

Salah satu peneliti komunikasi politik dari Inggris yang bernama Andrew Chadwick memaparkan setidaknya ada tiga poin mendasar bagaimana carakkerja internet dalam penggunaan sosial media berpengaruh pada lanskap politik. Yang pertama adalah sosial media akan meningkatkan kompetisi pelaku politik, baik dari kelompok partai kecil maupun dari individu yang belum dikenal secara luas

---

<sup>6</sup>Anwar Abugaza, *Sosial Media Politica Gerak Massa Tanpa Lembaga*, (Jakarta: Tali Writing & Publishing House, 2013) h. 38-41.

<sup>7</sup>Kominfo “*Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*”, situs resmi Kominfo, <http://kominfo.go.id>. Di akses pada 26 Oktober.

<sup>8</sup>CNN Indonesia, “Pakar Sebut Tokoh Publik Memperuncing Isu Pemilu di Medsos”, situs resmi CNN Indonesia. <http://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190423150325-192-388867/pakar-sebut-tokoh-publik-memperuncing-isu-pemilu-di-medsos.com>, diakses 26 Oktober 2019.

oleh masyarakat. Meski terhalang dengan daya yang terbatas, mudahnya akses dan murah nya penggunaan sosial media sehingga mampu memberi jalan untuk menjangkau pendukung potensial serupa dengan kelompok partai yang lebih besar. Kedua media sosial dapat meningkatkan interaksi partai maupun kelompok kepentingan lainnya, sebab masyarakat mempunyai saluran yang sama untuk bisa menyampaikan aspirasinya. Yang ketiga adalah sebagai adaptasi kelembagaan dalam artian adanya pergeseran aktivitas politik dari *offline ke online*.<sup>9</sup>

Trend sosial media yang telah menjadi tempat masyarakat untuk mencari informasi benar-benar dimanfaatkan oleh Publik dalam hal ini bukan berarti umum, melainkan iya adalah kumpulan orang-orang yang memiliki minat dan kepentingan yang sama terhadap suatu isu<sup>10</sup>. Karena itu opini publik dapat saja dari gagasan individual yang kemudian mendapat perhatian dan dipandang penting oleh publik. Asal mula opini tentang kebanyakan masalah terletak dalam perselisihan atau pembantahan yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi isu yang akan menangkap perhatian banyak orang, menurut Sherif dan Hovland, individu menaksir informasi melalui asimilasi dan kontras, jika informasi terkait tidak berbeda dengan tegas dari zona penerimaan individu maka ia mengasimilasikannya sebagai sesuatu yang menguntungkan citranya terhadap objek jika perbedaanya memang tajam maka orang itu mengkontraskannya dengan pikiran, perasaan, dan kesudian, bahkan menolak informasi itu dengan tidak tepat, tidak diinginkan atau tidak relevan.<sup>11</sup>

Kebanyakan dari tokoh politik ataupun elit yang sering aktif menyampaikan kritiknya adalah orang-orang yang memiliki *follower* atau

---

<sup>9</sup> Munazahatul Kholisoh, dkk, "*Peran Media Sosial dalam Demokrasi Masa Kini*", (Magelang: Universitas Tidar Magelang Program Ilmu Administrasi Negara, 2018), h.2

<sup>10</sup> Asep Saeful Muhtadi, *komunikasi Politik Indonesia Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2008) h.37

<sup>11</sup> Dan Nimmo, *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2006) h. 20, 22.

pengikut yang sangat banyak, apalagi keikutsertaan buzzer dalam menyebarkan opini menambah penyebaran isu-isu itu sangat luas sehingga setiap dari postingan mereka begitu mudah untuk tersebar dan dibaca banyak orang yang kemudian mempengaruhi khalayak pembaca. Jika kita melihat secara seksama dalam penggunaan bahasa dan pilihan-pilihan kata mereka tak jarang dari mereka menyisipkan sebuah propaganda baik sebagai bentuk kesesuaian ideologi maupun sekadar tujuan untuk mendukung figur tertentu. Propaganda bisa diibaratkan sebagai sebuah ilmu yang bisa jadi akan baik, namun juga akan bisa menjadi buruk sangat bergantung dari siapa yang menggunakan serta target apa yang sedang berusaha diraih. Harold D Laswell dalam tulisannya *Propaganda* (1937) mengatakan propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi kegiatan manusia dengan memanipulasi representasinya.<sup>12</sup>

Partisipasi para aktor politik dan khalayak dalam saling melemparkan wacana politik yang massif menyebabkan ruang pembahasan politik pada sosial media menjadi begitu ramai perbincangan tapi sayangnya tak jarang dari mereka melempar hoax atau informasi yang tidak kredibel, seperti kata Enda Nasution yang dikutip pada laman detik.com mengatakan kalau perang opini di sosmed jadi lebih ramai, kalau pada 2014 lebih organik, natural tapi pada pemilu 2019 lebih banyak hoax, tidak organik, dan channelnya jauh lebih personal dan masuk ke ruang-ruang seperti grup WhatsApp, Endah juga mencontohkan keriuhan yang terjadi di Twitter, dikatakannya percakapan di Twitter sering dianggap secara umum mewakili opini se-Indonesia, padahal sebenarnya tidak. Pria yang disebut sebagai bapak blogger Indonesia itu juga mengamati bahwa terjadinya perang opini merupakan konsekuensi dari sistem pemerintahan kita yang memungkinkan orang bebas berpendapat, selain itu faktor budaya pun turut andil sebagai

---

<sup>12</sup> Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2008), h. 6-10.

masyarakat komunal orang Indonesia selalu mencari komunitas-komunitas dalam bersosialisasi.<sup>13</sup>

Adapun ayat yang terkait tentang media sosial sebagai komunikasi politik yaitu QS. AL – Nahl/16:90

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebijakan, memberi kepada kamu kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”<sup>14</sup>

Sufyan bin Uyainah berkata, “Adil di sini adalah sikap sama dalam melakukan amal kepada Allah, baik amal yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi maupun terang-terangan. *Ihsan* adalah seorang yang batinnya itu lebih baik daripada yang Nampak (zahirnya). *Al-fahsya* dan *al-munkar* adalah seorang yang zahirnya itu lebih baik dari batinnya.”<sup>15</sup>

Ayat di atas mengemukakan bahwa Allah SWT memerintahkan para hambanya untuk selalu berlaku adil dalam setiap perkataan dan perbuatan Allah menyuruh mereka untuk selalu menyuruh mereka untuk selalu berusaha menuju yang lebih baik dalam setiap usaha dan mengutamakan yang terbaik dari yang lainnya. Allah melarang mereka berbuat dosa yang amat buruk dan segala perbuatan yang tidak dibenarkan oleh syariat dan akal sehat.

<sup>13</sup>Rachmatunnissa-DetikInet, “Pilpres Zaman Now dan Perang Opini di Medsos” <http://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4425166/pilpres-zaman-now-dan-perang-opini-di-medsos.com>, diakses pada 27 Oktober.

<sup>14</sup> Kemetrian AgamaRI, *Al-qur’andan terjemahannya* (bandung: Syami quran, 2012), h. 277

<sup>15</sup> Syaikh Muhammad Ali Ash-Shabuni, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir*, (Bandung: Penerbit Jabal, 2013), h.327



Dan Qs. Al Hujurat/49:12

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيَحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ .

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang.”<sup>16</sup>

Dalam ringkasan Tafsir Ibnu Katsir yang Syaikh Muhammad Ali As-Shabuni, ayat diatas bercerita bahwa, Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman dari banyak berprasangka. Yang dimaksud adalah tuduhan terhadap keluarga ataupun orang lain dengan tidak berdasar pada bukti yang benar. Hal itu karena prasangka buruk adalah dosa.<sup>17</sup>

حَدَّثَنَا شَيْبَانُ بْنُ فَرُّوخَ حَدَّثَنَا أَبُو الْأَشْهَبِ، عَنِ الْحَسَنِ، قُلَ: عَادَ عُبَيْدُ اللَّهِ بْنُ زِيَادٍ مَعْقِلَ بْنَ يَسَارِ الْمُزَنِّيِّ فِي مَرَضِهِ الَّذِي مَاتَ فِيهِ، قُلَ مَعْقِلٌ: إِنِّي مُحَدِّثُكَ حَدِيثًا سَمِعْتُهُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، لَوْ عَلِمْتُ أَنَّ لِي حَيَاةً مَا حَدَّثْتُكَ، إِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: <<مَا مِنْ عَبْدٍ يَسْتَرْعِيهِ اللَّهُ رَعِيَّةً، يَمُوتُ يَوْمَ يَمُوتُ وَهُوَ غَاشٌّ لِرَعِيَّتِهِ، إِلَّا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ>><sup>18</sup>

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Syaiban bin Farruh telah menceritakan kepada kami Abu Al Ayshab dari Hasan dia berkata, "Ubaidullah bin Ziyad menjenguk Ma'qil bin Yasar Al Muzanni ketika dia sedang sakit yang mengantarkan kepada kematiannya, maka Ma'qil lalu berkata, "Sungguh saya akan menceritakan kepadamu suatu hadits yang pernah

<sup>16</sup> Kementerian Agama RI, *Al-qur'andan terjemahannya* (bandung: Syami quran, 2012), h. 550

<sup>17</sup> Syaikh Muhammad Ali Ash-Shabuni, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir*, (Bandung: Penerbit Jabal, 2013), h.459

<sup>18</sup> Muslim Ibn-Hajja Al-Hasan Al-Qusyay Al-Naisa, *Sahih Muslim*, Juz 1, h.125



*saya dengar langsung dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, sekiranya saya masih hidup lama niscaya tidak akan saya ceritakan hal ini kepadamu. Sesungguhnya saya pernah mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tidaklah seorang pemimpin yang Allah serahi untuk memimpin rakyatnya, ketika meninggal dalam keadaan menipu rakyatnya, melainkan Allah akan mengharamkan surga untuknya. (HR. Muslim)*

Hadis di atas menjelaskan bahwa kejujuran adalah modal yang paling mendasar dalam sebuah kepemimpinan. Tanpa kejujuran, kepemimpinan ibarat bangunan tanpa pondasi, dari luar nampak megah namun di dalamnya begitu rapuh dan tidak akan bertahan lama. Kejujuran di sini tidak hanya pada pemimpin semata tetapi melibatkan seluruh komponen yang terlibat dalam tubuh organisasi ataupun kepemimpinan itu, misalnya staf-staf yang ada di dalamnya ada yang baik namun pada sebgianya ada yang tidak jujur, maka kepemimpinan itu juga akan rapuh.

Berdasarkan ayat dan hadis yang telah diuraikan pada latar belakang, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pola-pola komunikasi politik dari elit politik yang menjadi oposisi politik pemerintahan Jokowi dalam menyebarkan wacana-wacananya pada sosial media. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi dalam New Media Twitter”.

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana posisi twitter sebagai ruang media baru dalam komunikasi politik?
2. Bagaimana pengelolaan wacana kritis para elit politik terhadap kinerja pemerintahan Jokowi dalam ruang media twitter?

**C. Kegunaan Penelitian dan Tujuan**

Secara umum dalam suatu penelitian tidak terlepas dari apa tujuan dan manfaat suatu penelitian dihadirkan. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan peneliti terkait Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi dalam New Media Twitter.

**1. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui bagaimana praktik dan pola komunikasi yang terbangun pada new media twitter?
- b. Untuk mengetahui bagaimana oposisi sosial media menyampaikan sasaran kritiknya terhadap pemerintah?

**2. Kegunaan Penelitian**

a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada perkembangan Ilmu Politik khususnya dalam bidang komunikasi Politik yang ada pada jejaring sosial media. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menambah khasanah kepustakaan dan menjadi rujukan bagi mahasiswa maupun masyarakat yang akan melakukan penelitian serupa atau untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kasus dalam penelitian ini.

b. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan kepada masyarakat umum ataupun ilmuan-ilmuan politik bahwa sosial media juga bisa menjadi objek penelitian yang bisa dikaji dengan berbagai macam keilmuan termasuk ilmu politik. Salah satunya dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis, sebagai ilmu untuk membaca wacana politik yang ada pada sosial

media. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi secara khusus bagi pengguna-pengguna sosial media terutama yang konsen atau responsif terhadap wacana-wacana politik hari ini agar lebih cermat dan pandai dalam hal penggunaannya. Khususnya dalam hal memperoleh informasi dan mampu memilah akun-akun mana yang memberikan efek baik atau malah memberikan efek buruk..

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka dimaksudkan untuk mengkaji hal-hal tertentu yang dianggap penting bagi peneliti dan digunakan sebagai pembeda riset dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang tentunya masih mempunyai persinggungan dengan penelitian peneliti. Bentuk penelitian sebelumnya bisa berupa jurnal, disertasi, tesis, dan buku. Seiring dalam pembacaan peneliti, dalam skripsi ini peneliti menemukan:

No	Nama	Judul	Metode	Hasil
1	Nurfahirah	Media sosial facebook sebagai ruang komunikasi politik dalam pilkada di kabupaten gowa tahun 2015	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti facebook sangat berpengaruh pada komunikasi politik serta pemanfaatan media sosial berperan besar dalam Pemilihan Bupati Gowa. <sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Nurfahirah, “*Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kabupaten Gowa Tahun 2015*”, UIN ALAUDDIN MAKASSAR 2016.

2	Rosiana Eka Putri	Komunikasi Politik (Model Komunikasi Politik Antar Fraksi dalam Pembentukan Norma UU Pilkada Secara Demokrasi)	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pembentukan UU pilkada terdapat pola-pola komunikasi politik antara fraksi diantaranya seperti <i>ideation</i> , <i>encoding</i> , <i>decoding</i> , dan, <i>feedback</i> . <sup>20</sup>
3	Faridhian Anshari	Komunikasi Politik di Era Media Sosial	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya keuntungan yang ditawarkan dalam penggunaan media sosial sebagai ajang branding tokoh politik. <sup>21</sup>
4	Intan Zulfiana Rista	wacana Perempuan dan Politik di Media Massa (Analisis Wacana Konstruksi Perempuan di Bidang Politik dalam Majalah Kartini Edisi Khusus 100 Wanita Terinspirasi Tahun 2008-2011 Kategori Politik)	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, Kartini mengonstruksi perempuan dalam sector publik terutama dalam bidang politik sebagai perempuan yang memiliki kontribusi terhadap negaranya. Kartini cenderung menunjukkan sikap positif dan kesetujuannya untuk perempuan di sector public. <sup>22</sup>
5	Ike Atikah Ratna Mulyani, Beddy Iriawan Maksudi.	Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor	Kualitatif	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna sosial media dikalangan pelajar yang termasuk sebagai pemilih pemula begitu masif

<sup>20</sup> Rosiana Eka Putri, "Komunikasi Politik (Model Komunikasi Politik Antar Fraksi dalam Pembentukan Norma UU Pilkada Secara Demokrasi)", *jurnal* Vol.5, No1 Maret 2015

<sup>21</sup> Faridhian Anshari, "Komunikasi Politik di Era Media Sosial", *Jurnal Komunikasi*, ISSN 1907-898X Vol 8, No.1 Oktober 2013.

<sup>22</sup> Intan Zulfiana Rista, "wacana Perempuan dan Politik di Media Massa (Analisis Wacana Konstruksi Perempuan di Bidang Politik dalam Majalah Kartini Edisi Khusus 100 Wanita Terinspirasi Tahun 2008-2011 Kategori Politik)", *skripsi* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012).

				untuk mengakses konten-konten terkait pemilu di berbagai sosmed seperti twiter, facebook dan instagram. <sup>23</sup>
6	Aprilia Firmonasari	Wacana Politik Nicolas Sarkozy: Analisis Psikostruktural Lacanian.	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai upaya untuk menarik pengikutnya wacana politik Sarkozy bersifat memunculkan atau membangkitkan hasrat narsistik pasif dan memuaskan hasrat narsistik pasif. Pemuasan narsistik pasif dilakukan dengan cara berusaha melepaskan diri dari kecemasan dengan menawarkan argumentasi yang berpihak pada rakyat. <sup>24</sup>

Dari beberapa literatur yang telah dijelaskan di atas jelas bahwa penelitian ini memiliki perbedaan. Letak perbedaan pada penelitian adalah pada konteks penelitian di mana peneliti secara khusus akan meneliti bagaimana wacana-wacana politik disebarkan di sosial media oleh seseorang atau sekelompok dan bagaimana bentuk praktik komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan new media tersebut, secara khusus peneliti akan menggunakan metode analisis wacana kritis untuk melihat bagaimana konstruksi suatu wacana yang disebarkan pada sosial media sebagai bahan kritik oposisi di sosial media terhadap pemerintah.

<sup>23</sup>Ike Atikah Ratna Mulyani DKK, "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor, Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora, ISSN 1411-0903 Vol 20, No. 2 Juli 2018.

<sup>24</sup> Aprilia Firmonasari, "Wacana Politik Nicolas Sarkozy: Analisis Psikostruktural Lacanian", jurnal Humaniora, vol.19 No.3 Oktober 2007

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

Dalam penelitian “Pengelolaan Wacana Kritis Para Elit Politik Terhadap Kinerja Pemerintahan Jokowi dalam *New Media* Twitter” upaya peneliti untuk membantu mendeskripsikan, memahami, serta menjelaskan penelitian. Maka peneliti menggunakan beberapa teori dan pendekatan yang cukup relevan dengan konteks penelitian. Dalam hal ini teori dimaksudkan sebagai sebuah dasar penyelesaian masalah. Adapun teori dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **A. *Komunikasi politik dan Konsep New Media***

Komunikasi politik adalah gejala yang membuat kepentingan-kepentingan politik dapat disalurkan melalui media dan tindakan yang lebih tepat dan efektif. Sebelum berkembang menjadi saluran komunikasi yang modern dan canggih, manusia mengekspresikan perbedaan kepentingan dalam bentuk konflik fisik dengan perang. Kepentingan dalam mendapatkan sesuatu merupakan motivasi seseorang untuk melakukan komunikasi dan kepentingan tersebutlah yang menentukan cara ia dalam berkomunikasi. Secara umum setiap individu atau kelompok politik akan memilih media komunikasi yang efektif untuk meraih tujuannya. R.H Blake dan Haroldsen dalam bukunya, “*A Taxonomy of Concepts in Community*” menggolongkan komunikasi politik sebagai salah satu dari sembilan bentuk-bentuk (form) komunikasi. Kesembilan bentuk komunikasi tersebut antara lain, komunikasi intra-pribadi, komunikasi antar-pribadi, komunikasi organisasional, rumor, komunikasi massa, komunikasi media massa, telekomunikasi, dan komunikasi Non-Verbal.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Nurani Soyomukti “*Komunikasi Politik Kudeta Politik Media, analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa*” (Malang: Intrans Publishing, 2013), h. 23,24.

Dalam komunikasi politik fakta-fakta sosial selalu dihubungkan dengan peristiwa dan waktu di mana fakta sosial itu itu terjadi, pemahaman ini disebut dengan istilah momentum. Momentum adalah sebuah konstruksi sosial yang terjadisecara kebetulan kemudian direkayasa sebagai momentum atau suatu realitas yang dikonstruksi untuk menciptakan suatu kondisi yang dicitrakan untuk memberi kesan tertentu kepada masyarakat khalayak atau lawan-lawan politik. Komunikasi politik memungkinkan elite politik menyediakan ruang publik untuk berkomunikasi dan saling menjajaki peluang-peluang penting yang sedang dihadapi serta memungkinkan mereka bersepakat melakukan hal-hal yang strategis. Setiap momentum komunikasi politik dapat dibaca konteksnya, karena dengan memahami konteksnya orang akan lebih memahami makna teks yang ada dalam komunikasi politik.<sup>26</sup>

Istilah komunikasi politik terdiri dari dua unsur kata, yakni komunikasi dan politik yang saling berkaitan satu sama lain. Menurut Gabriel Almond, komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Menurut Dahlan komunikasi politik ialah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik atau berpengaruh terhadap perilaku politik.<sup>27</sup> Sedangkan menurut Meadow dalam Nimmo juga membuat definisi bahwa “*political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequence for political system*”. Di sini Meadow memberi tekanan bahwa simbol-simbol atau pesan yang disampaikan itu secara signifikan dibentuk atau memiliki konsekuensi terhadap system politik. Tetapi Nimmo sendiri yang mengutip Meadow dalam bukunya itu hanya memberi

---

<sup>26</sup> Burhan Bungin “*Komunikasi Politik Pencitraan The Sosial Konstruktion of Public Administration (SCoPA)*”, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018), h. 174, 175.

<sup>27</sup> Ibnu Hajar, *Teori dan Praktek Komunikasi Politik*, (Yogyakarta: Genta Press, 2015), h.15, 17, 18.

tekanan pada pengaturan umat manusia yang dilakukann dibawa kondisi konflik.<sup>28</sup>

Mengenai riset di bidang komunikasi politik sebenarnya baru dikenal di Indonesia pada 2003, sejalan dengan gerakan reformasi demokrasi untuk mengubah sistem pemilihan presiden dan anggota dewan perwakilan rakyat dari sistem perwakilan menjadi pemilihan langsung. Riset di bidang komunikasi politik senatiasa mengacu pada definisi komunikasi lasik Harold D. Lasswell yakni, *who says what to whom through what channel and what effect*. Dari definisi ini mengandung beberapa elemen dasar yang menjadi bidang studi riset komunikasi politik yakni *who* yang menunjukkan siapa yang menjadi aktor, *says what*, apa yang diucapkan, mengenai tema, dan apa yang ditawarkan, *to whom* kepada siapa yang menjadi target, bagaimana bentuk khalayak yang dihadapi, bagaimana bentuk sosio-demografik mereka, apakah mereka termasuk golongan yang kritis, *through with channels* tentang saluran atau media apa yang mereka gunakan, *and what effects* dan apa pengaruh yang diperoleh.<sup>29</sup>

Ruang lingkup kajian komunikasi politik menyangkut beberapa tema yang sering diangkat, diantaranya adalah studi tentang elemen-elemen atau komponen komunikasi dalam dunia politik, mulai dari pesan, komunikator, komunikan, dan media dalam proses interaksi politik. Pesan politik bisa berupa ideologi, pemikiran politik dan pesan-pesan politik yang muncul dari berbagai lembaga politik, studi tentang komunikator berfokus pada aktor-aktor politik yang merupakan yang merupakan lembaga, organisasi, kelompok, atau individu yang memiliki peran dalam menyebarkan pesan. Sedangkan terkait dengan komunikan adalah penerima pesan sebagai objek yang punya suara dan tuntutan agar dapat melihat output atau efek dari komunikasi.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h.29.

<sup>29</sup>Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. h.436, 437.

<sup>30</sup> Nurani Soyomukti, *komunikasi Politik Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa*, (Malang: Intrans Publishing 2013), h.65



Pesan dalam komunikasi politik dalam praktik sejarahnya pernah dimaknai sebagaimana halnya peluru yang dilesatkan untuk mempengaruhi atau memersuasi komunikan atau khalayak yang menjadi sasaran dalam kegiatan komunikasi politik. Pada tahun 1940-an pesan komunikasi dianggap seperti peluru yang bisa ditembakkan pada khalayak. Masyarakat atau khalayak dipandang sebagai entitas pasif menjadi sasaran gempuran pesan atau informasi, hal ini dikenal dalam komunikasi politik dengan istilah *The Bullet Theory*. Komunikasi persuasi memiliki pengaruh yang *powerfull*, tidak hanya karena kekuatan komunikator yang menyampaikan tetapi lebih karena kedahsyatan isi dari konten pesan yang disampaikan untuk memengaruhi khalayaknya.<sup>31</sup>

Unsur penyampaian barangkali merupakan unsur komunikasi yang paling sering dijumpai dalam definisi komunikasi sebagai output dari konsekuensi komunikasi. Seperti halnya definisi yang dikemukakan oleh Ithiel deSola Pool, bahwa komunikasi adalah pengalihan informasi untuk memperoleh tanggapan. Adapun Shacter (1961) menulis bahwa “komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan.” Definisi Shacter ini menempatkan komunikasi sebagai unsur kontrol sosial atau untuk memengaruhi perilaku, keyakinan, sikap terhadap orang lain. Batasan lain dikemukakan oleh Carl Hovland, Irving Janis, dan Harold Kelly (1953), mereka menekankan aspek pengaruh dalam mendefinisikan komunikasi, bahwa proses komunikasi oleh seorang individu (komunikator) mentransmisikan stimulus (yang biasanya berbentuk verbal) guna memengaruhi perilaku pribadi/individu yang lain.<sup>32</sup>

Salah satu komponen komunikasi politik adalah saluran sebagai media penyampaian pesan. Seiring perkembangan teknologi dan informasi, lahirilah

---

<sup>31</sup> Henry Subiakto & Rachmah Ida, *komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, (Jakarta: Prenadamedia group 2015), h. 46

<sup>32</sup> Nurfahira, “Media Sosial Facebook Sebagai ruang komunikasi Politik Dalam Pilkada Pilkada di Kabupaten Gowa Tahun 2015”, *skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015), h.16

saluran baru yang membentuk konsep *new media*, untuk lebih lanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Media Baru

### a. Pengertian Media Baru

Denis McQuail mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti sistem transmisi melalui kabel atau satelit, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara riil, dan sistem pengendalian oleh internet.<sup>33</sup>

Beberapa hal utama yang membedakan media baru dengan media lama atau media konvensional adalah adanya desentralisasi atau pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator, kemampuan tinggi pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya, komunikasi timbal balik yang berarti komunikator dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung, fleksibilitas dalam penggunaannya sehingga setiap komunikator dapat sesuka hati membentuk isi dan bentuk sesuai keinginannya.<sup>34</sup>

Rogers dalam Anis Hamidati menguraikan setidaknya tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* ini merupakan kemampuan sistem komunikais baru yang berisi sebuah perangkat cerdas nirkabel sebagai komponen utamanya untuk mendapatkan umpan balik kepada penggunanya. Secara

---

<sup>33</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994), hlm.16

<sup>34</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, h.17

sederhana mirip seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Pola media baru ini memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi anatarpribadi secara tatap muka.<sup>35</sup>

b. Fungsi Media Baru (*New Media*)

Media atau *new media* memiliki beberapa fungsi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Berfungsi menyajikan sumber informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses diberbagai tanpa terbatas waktu. Sehingga memudahkan seseorang memperoleh sesuatu yang dicari atau dibutuhkan yang biasanya harus mencari langsung dari tempat sumber informasinya.
2. Sebagai media transaksi jual beli. Hal ini dipengaruhi karena akses yang mudah memesan produk melalui fasilitas internet ataupun menghubungi customer service secara langsung.
3. Sebagai media hiburan. Terdapat banyak fitur dalam new media yang memberi hiburan-hiburn tersendiri terhadap penggunanya. Beberapa diantaranya seperti game online, jejaring sosial, streaming video, dan lain sebagainya
4. Sebagai media komunikasi yang efisien. Pengguna dari media baru dapat berkomunikasi dengan siapapun Sebagai media komunikasi yang praktis. Penggunanya dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa terkendala jarak dan waktu, bahkan dapat melakukan konferensi video kesusama pengguna jejaring.
5. Sebagai sarana pendidikan seperti penggunaan e-book yang mudah dan praktis. Sehingga mempermudah mahasiswa dan pelajar dalam penyampaian materi pembelajaran karena dapat diseragamkan, menjadikan

---

<sup>35</sup> Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), h.7

proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, tepat waktu dan menghemat tenaga, karena proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih produktif.<sup>36</sup>

c. Dampak media baru

Media baru yang merupakan perkembangan dari media-media yang sudah ada mempunyai Karakter yang berupa digital sehingga memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam bertukar informasi atau kegiatan lainnya. Meski demikian, bukan berarti media baru ini tidak mempunyai dampak negatif sama sekali. Berikut adalah beberapa dampak negatif dari kehadiran media baru:

1. Transaksi data dan informasi pada dunia maya yang memberi kemungkinan pencurian data pribadi. Hal ini bisa dilakukan oleh para *hacker* yang tidak bertanggung jawab dengan tujuan-tujuan tertentu, serta membuka peluang penyebaran virus. Hal ini disebabkan terbukanya arus informasi dan komunikasi yang membawa virus dengan berkedok aplikasi sehingga mudah menyebar.
2. Timbulnya perasaan ketagihan yang berlebihan, contohnya pada saat bermain game online atau jejaring sosial sehingga menyita banyak waktu para penggunaanya.
3. Etika komunikasi yang tidak terkontrol. Hal ini terjadi karena akses yang sangat mudah untuk digunakan oleh setiap orang dengan berbagai latar belakang kehidupan.
4. Mengakibatkan orang terdistraksi oleh lingkungan sosial sekitarnya<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> Lia Herliani, "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)", eJournal Ilmu Komunikasi, vol. 3, No. 4, 2015, h.218.

<sup>37</sup> Lia Herliani, "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)", eJournal Ilmu Komunikasi, vol. 3, No. 4, 2015, h.26

#### d. Jenis Baru

Perkembangan teknologi dari yang sebelumnya berupa media tradisional hingga kini tumbuh menjadi media baru telah yang lengkapi dengan penggunaan teknologi digital. Pertumbuhan pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat yang mulai dihadapkan pada gaya baru dengan menggunakan proses penyebaran digital informasi, internet, WWW (*world wide web*), dan fitur multimedia serupa.<sup>38</sup> Beberapa media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan YouTube merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan semua pengguna untuk berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.<sup>39</sup>

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya berinteraksi, bekerjasama, berbagi berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Juga disebut media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang waktu para penggunanya. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Beberapa ahli meneliti internet melihat bahwa media sosial adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata. Menurut Van Dijk media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. karena itu media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 87

<sup>39</sup> Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, h.13

<sup>40</sup> Dinda Puspitasari, “*Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa dalam Merias Wajah*”, skripsi (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang), h.14

Menurut Mcquail ada dua aspek mendasar dari perkembangan media baru ini yaitu, pertama digitalisasi pesan yang dikonstruksi dalam bentuk teks kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan pada penerima maupun disimpan. Kedua yaitu konvergensi atau penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya maupun sebagai sumber informasi dan hiburan.<sup>41</sup>

Istilah media sosial sendiri pertama kali muncul dan diperkenalkan oleh professor J.A Barnes pada tahun 1954, namun baru pada tahun 1995 media sosial sebagai satu kesatuan yang utuh muncul dengan classmate.com yang berfokus pada hubungan antar mantan sekolah, dan sixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan secara tidak langsung dalam ikatan pertemana. Seiring perkembangannya inovasi media sosial muncul tidak lagi hanya sebatas pertemanan namun memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungannya. Pada saat itu mulailah kita kenal seperti Friendster, Myspace, Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain.<sup>42</sup>

Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein sebagaimana dikutip oleh Hariqo dan Lukman, membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya sebagai berikut:

1. Proyek kolaborasi website, di mana penggunaannya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten yang termuat di website tersebut, sebagai contohnya adalah Wikipedia.
2. Blog dan microblog, yang penggunaannya mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog tersebut yang bersifat pribadi, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.

---

<sup>41</sup> Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h.89

<sup>42</sup> Anwar Abuzaga, *Social Media Politika Gerak Massa Tanpa Lembaga*, h.16

3. Konten atau isi, para pengguna di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain media yang mempunyai fasilitas ini secara spesifik adalah Youtube.
4. Situs jejaring sosial, di mana penggunaanya mendapatkan izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya Facebook.<sup>43</sup>

Sejak pertama kali ditemukannya sosial media hingga saat ini yang berjumlah sangat banyak, penulis akan lebih berfokus kepada twitter dalam posisinya sebagai media baru yang digunakan oleh masyarakat Indonesia yang secara khusus banyak menyebar wacana-wacana politik yang menyerang pemerintah dalam hal ini adalah oposisi.



---

<sup>43</sup> Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), h.26

## **B. Analisis Wacana Kritis**

Analisis wacana kritis atau juga dikenal sebagai critical discourse analysis membantu menggunakan bahasa dalam penggunaannya. Karena bahasa ternyata bukan hanya sekedar menjadi alat komunikasi, namun juga digunakan sebagai instrumen untuk melakukan sesuatu atau sarana menerapkan strategi kekuasaan.<sup>44</sup>

Analisis wacana tidak bisa digunakan sebagai metode analisis yang terlepas dari pondasi metodologis dan teoritisnya. Kebanyakan kasus yang mendasari penggunaan kata wacana adalah gagasan umum bahwa Bahasa ditata menurut pola-pola yang berbeda yang diikuti oleh ujaran para pengguna Bahasa ketika mereka mengambil bagian dalam domain-domain kehidupan sosial yang berbeda misalnya dalam domain wacana politik.<sup>45</sup>

Analisis wacana kritis berutang budi kepada beberapa intelektual dan pemikir seperti Michel Foucault, Antonio Gramsci, sekolah Frankfurt, dan Louis Althusser. Gramsci berperang besar mengenai teori hegemoninya, ini memberi kemungkinan memperjelas bagaimana wacana yang dikembangkan mampu mempengaruhi khalayak bukan dengan kekerasan tapi secara halus dan diterima sebagai suatu kebenaran. Althusser memberi sumbangan besar terutama teori ideologi, ia melihat ideologi sebagai praktik bagaimana seseorang diposisikan dalam posisi tertentu dalam hubungan sosial.<sup>46</sup>

Sebetulnya banyak analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh para ahli. Seperti model-model analisis wacana yang dikembangkan oleh Roger Fowler dkk, Theo Van Leeuwen, Sara Mills, Norman Fairclough, dan Teun A. van Dijk. Dari sekian banyak analisis wacana itu, model analisis van Dijk yang

---

<sup>44</sup> Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, Dan Penerapan*, (Yogyakarta: Rajawali Pers 2016), h. V

<sup>45</sup> Marianne W Jørgensen & Louise J Phillips, *Analisis Wacana Teori dan Metode*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h.1

<sup>46</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS 2001), h. 14,15.



paling sering dipakai, mungkin karena van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa diaplikasikan secara praktis. Model yang dipakai van Dijk ini sering disebut *kognisi sosial*. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks.<sup>47</sup>

Model yang dipakai oleh van Dijk ini sering disebut sebagai kognisi sosial. Kognisi sosial mempunyai dua arti, di satu sisi ia menunjukkan bagaimana proses teks diproduksi oleh media dan di sisi lain ia menggambarkan bagaimana nilai-nilai masyarakat yang patriarkal itu menyebar dan diserap oleh kognisi media pencipta dan akhirnya digunakannya untuk membuat teks.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi atau bangunan, yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu, pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari pencipta teks, sedangkan pada aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.<sup>48</sup>

Teun A. van Dijk memilih istilah *critical discourse studies* sebagai kata ganti dari analisis wacana kritis. Penggunaan demikian dikarenakan studi ini tidak hanya melibatkan analisis wacana kritis, tetapi juga teori kritis dan penerapannya yang kritis. Menurut van Dijk Studi wacana kritis merupakan suatu perspektif, suatu pengambilan posisi atau sikap di dalam disiplin studi wacana yang melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti, analisis wacana, psikologi, sejarah, ilmu-ilmu sosial, atau linguistik, sehingga keterlibatan pengetahuan-pengetahuan ini diperlukan untuk membantu memahami, menganalisis, membuat deskripsi, dan

---

<sup>47</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) H. 73

<sup>48</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS 2009), h.224

memberi kerangka teori yang berperan untuk mengkritisi, dan mengupas ketidakadilan dan diskriminasi atas dasar gender, etnis, kelas, agama, atau bahasa.<sup>49</sup>

Model penelitian studi wacana kritis van Dijk ini tidak hanya menyoroti ketidakberesan sosial, namun juga menekankan studi tentang representasi mental dan proses-proses yang terjadi pada pengguna bahasa (cognition) ketika mereka memproduksi dan memahami sebuah wacana dan mengambil bagian dalam proses interaksi verbal, dan juga melihat sejauh mana mereka terlibat di dalam interaksi pemikiran, ideologi, dan kepercayaan kelompok sosial tertentu. Selain itu pendekatan dengan studi wacana kognitif ini sekaligus memeriksa sejauh mana fenomena kognitif itu terkait dengan struktur wacana, interaksi verbal, peristiwa dan situasi komunikatif, dengan kata lain kognisi sosial melihat kaitan wacana dengan struktur masyarakat dalam bentuk dominasi atau ketidakadilan sosial. Secara sederhana studi wacana kritis van Dijk ini tertarik mengkaji persilangan sosio kognitif wacana, hubungan antara pemikiran dalam struktur organisasi serta sikap dan proses kognitif, juga interaksi wacana dan masyarakat.<sup>50</sup>

Menurut van Dijk ada beberapa langkah yang harus diperhitungkan dalam wacana studi wacana kritis, yang pertama adalah analisis konteks, kedua menentukan topik atau semantik makrostruktur, ketiga pemaknaan lokal, keempat relevansi struktur formal yang tersamar, kelima menghubungkan teks dan konteks dalam bentuk model-model konteks, keenam yaitu semantik wacana yaitu model peristiwa, ketujuh kognisi sosial, ideologi dan situasi masyarakat, ketujuh dimensi makro dan mikro masyarakat, kedelapan tindak diskursif sebagai tindakan sosio politik, kesembilan pelaku sebagai partisipan yang memiliki berbagai peran dan

---

<sup>49</sup>Haryatmoko, “*Critical Discourses Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*, (Jakarta: Rajawali Pers, oktober 2016), h.77

<sup>50</sup> <sup>50</sup>Haryatmoko, “*Critical Discourses Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*, h.79

yang terakhir menganalisis struktur masyarakat.<sup>51</sup>

Analisis van Dijk sejatinya ingin menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian selalu pada teks ke arah analisis yang komprehensif bagaimana teks itu diproduksi, baik dalam hubungannya individu maupun dengan sipembuat teks maupun dari masyarakat.

Selain teori oleh Teun A. van Dijk, dalam penelitian analisis wacana kritis juga banyak digunakan teori Norman Fairclough, Teori analisis wacana kritis oleh Norman Fairclough membangun suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistik dan pemikiran sosial politik dan secara umum diintegrasikan dengan perubahan sosial. Model teori ini sering juga disebut sebagai model perubahan sosial (*sosial change*) yang memusatkan perhatian wacana pada teks atau bahasa.

Norman Fairclough berusaha membentuk suatu analisis wacana yang mempunyai analisis sosial dan budaya sehingga dia mengkombinasikan tradisi analisis tekstual yang selalu melihat bahasa dalam ruang tertutup dengan konteks masyarakat yang lebih luas, di mana titik perhatian besar dari Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Untuk itu Norman Fairclough membentuk pertanyaan besar seperti bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro.

Menurut Norman Fairclough penggunaan bahasa dalam penyebaran wacana sebagai sebagai praktik sosial, lebih daripada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu sehingga mengandung sejumlah implikasi seperti, pertama wacana adalah bentuk dari tindakan dalam artian seseorang menggunakan bahasa sebagai suatu tindakan pada dunia dan khususnya sebagai bentuk representasi ketika melihat realitas masyarakat. Kedua adanya hubungan timbal balik antara

---

<sup>51</sup>Haryatmoko, “*Critical Discourses Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*”, h.84

wacana dan struktur sosial. Di sini wacana terbagi oleh struktur sosial, kelas, dan relasi sosial lain yang dihubungkan dengan relasi spesifik dari insititusi tertentu, seperti pada hukum atau pendidikan, sistem dan klasifikasi.

Norman fairclough membagi analisis wacana kritis dalam tiga dimesi yaitu *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Dalam model Fairclough teks di sini dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik, dan tata kalimat. Dia juga memasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antarkata atau kalimat atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Semua elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga maslaah berikut:

1. Ideasional yang merujuk pada representasi tertentu yang ingin ditampilkan dalam teks yang umumnya membawa muatan ideologis tertentu. Analisis ini bertujuan untuk melihat bagaimana sesuatu ditampilkan dalam teks yang memuat ideologis pembuat teks.
2. Relasi, yang merujuk pada analisis bagaimana konstruksi hubungan diantara pembuat teks dengan pembaca teks,. Apakah teks disampaikan secara informal atau formal terbuka atau tertutup.
3. Identitas, hal ini merujuk pada konstruksi tertentu dari identitas pembuat teks dan pembaca serta bagaimana personal dan identitas ini ingin dicitrakan.<sup>52</sup>

Pada tingkatan *Discourse practice* dimensi yang ingin dilihat adalah yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Produksi teks cerita semacam ini berbeda dengan ketika seorang penyair menghasilkan teks puisi, yang umumnya dihasilkan dalam suatu proses yang personal. Konsumsi

---

<sup>52</sup> Eriyanto “*Analisis Wacana Pengantar Analisis dan Teks Media*”, (Yogyakarta: PT. LkiS Printing Cemerlang, 2009), h.287

juga bisa dihasilkan secara personal ketika seseorang mengonsumsi teks.

Pada Dimensi Sociocultural practice Norman Fairclough memusatkan perhatian pada dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks dan konteks, dengan memasukkan banyak hal, seperti konteks situasi, lebih luas adalah konteks dari praktik institusi dan dari media itu sendiri dalam hubungannya dengan masyarakat atau budaya dan politik tertentu.<sup>53</sup>

### C. *Aktor Politik*

Aktor politik ialah orang atau individu yang berada dalam satu institusi atau organisasi yang mempunyai tujuan untuk mempengaruhi proses lahirnya suatu kebijakan.<sup>54</sup> Seiring perkembangan peradaban, kondisi kekinan yang berbasis komunikasi digital kita melahirkan yang namanya aktor politik kontemporer.

Ramainya penggunaan internet dan media sosial secara khusus yang digunakan secara independen dapat menjadikan ruang tersebut sebagai *public sphere* yang relatif menakjubkan. Sehingga menjadikan sosial media menjadi media pencarian informasi politik yang diakses oleh banyak orang, hal ini tidak terlepas dari adanya kebebasan di dalamnya dan jangkauan yang luas sehingga mampu menghubungkan setiap penggunanya. Di media sosial setiap orang mempunyai kemampuan yang sama untuk menyebar informasi atau merekayasanya untuk tujuan sebuah propaganda<sup>55</sup> sehingga melahirkan aktor-aktor baru dalam ruang komunikasi politik.

Aktor politik kontemporer adalah yang memproduksi diri sendiri secara timbal balik dengan struktur modernitas digital pasca industri. Individu ini terlahir

---

<sup>53</sup> Farah Nisa, "Analisis Tweet Buzzer dalam Media Sosial (analisis wacana kritis penyebaran *hate speech* oleh akun twitter Denny Siregar Terkait Pemilu 2019 )", *skripsi* (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2019). h.30

<sup>54</sup> Brian McNair "*Pengantar Komunikasi Politik*", (Bandung: Nusa Media, 2015), h.5

<sup>55</sup> Henry Subianto dan Rachman Ida "Komunikasi Politik dan Demokrasi", (Jakarta: Prenamedia Group, 2012) h.25

dari struktur sosial baik yang bersifat struktur politik maupun nonstruktur politik yang berasal dari masyarakat dan meneguhkan wacana bahwa manusia merupakan individualitas yang sadar dengan situasi dan kondisi politik, mampu menyusun ulang hubungan kata dan makna, mempunyai kekuatan untuk memelihara gairah agar tidak menjadi rutinitas, serta mampu memassifkan pengetahuan tentang identitas politik, posisi sosial politik, dan strategi politik yang digambarkan secara memadai dalam suatu dunia hingga membentuk relasi kekuasaan berbasis teknologi komunikasi antara warga. Politik citra dan pencitraan adalah titik hadirnya aktor politik kontemporer.<sup>56</sup>

Aktor politik kontemporer berfokus pada pengembangan kekuatan pada strategi media untuk mencapai sebuah popularitas sehingga tercapai tujuan audienasi. Aktor politik kontemporer harus sanggup membangun citra dirinya sehingga khalayak yang meresponnya semakin banyak, agar mampu meyakinkan khalayak sebagai wakil kepentingan mereka.

Kebutuhan aktor politik kontemporer dengan media sangat fundamental, sehingga dari keduanya terbentuk simbiosis mutualisme. Aktor politik membutuhkan media sebagai alat dirinya untuk membangun komunikasi yang berlanjut, sebaliknya media membutuhkan kehadiran aktor politik kontemporer sebagai produksi politik untuk keberlangsungan media. Dalam hal ini, semakin banyak aktor politik itu mendapat sorotan semakin banyak pula khalayak yang tertarik terhadap media tersebut.<sup>57</sup>

secara garis besar kehadiran aktor politik kontemporer ini harus mempunyai kemampuan sebagai komunikator politik agar mampu menyebarkan opini dan membangun wacana di tengah masyarakat untuk mempengaruhinya. Aktor politik ini bisa jadi mereka yang telah berada di tataran elit ataupun mereka

---

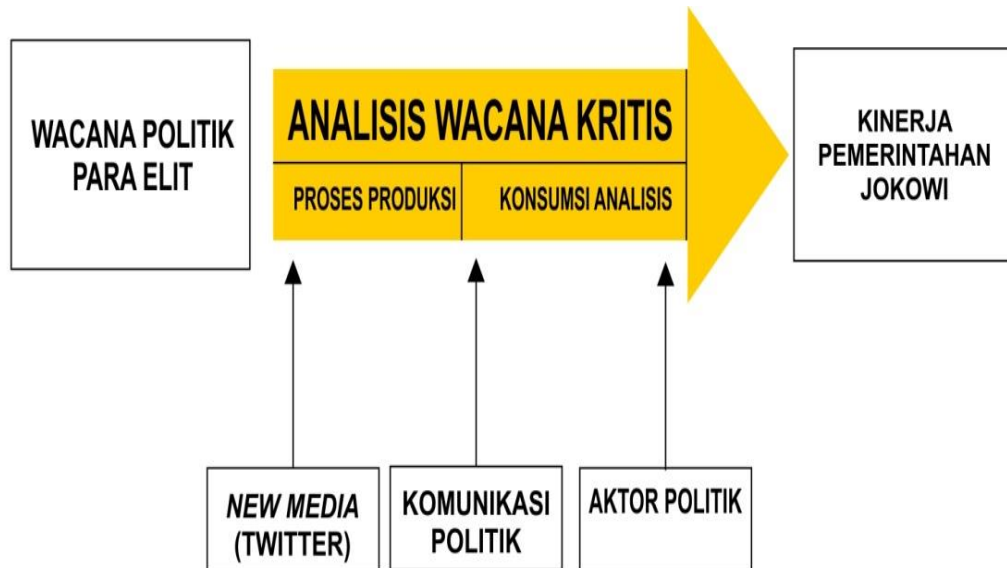
<sup>56</sup> Syamsul Asri, "Aktor Politik Kontemporer dalam Perspektif Psychocultural" *Jurnal Politik Profetik volume 1 no.1* (2013), h.3

<sup>57</sup> Syamsul Asri, "Aktor Politik Kontemporer dalam Perspektif Psychocultural", h.5

yang terlahir dari struktur masyarakat nonpolitik.



**D. Alur dan Kerangka Penelitian**



Dari kerangka di atas peneliti bermaksud menggambarkan alur dalam menjawab temuan yang peneliti dapatkan dengan cara mengkorelasikan antara fenomena dengan teori yang peneliti gunakan dalam teori ini. Dalam hal ini di awal peneliti akan melihat wacana yang digaungkan oleh elit politik yang berada di oposisi pemerintahan Jokowi dalam melihat kinerja pemerintahan Jokowi yang selanjutnya wacana-wacana tersebut akan dianalisis secara kritis menggunakan pendekatan Norman Fairclough. Untuk membantu peneliti dalam mengidentifikasi pelaku dan elemen yang terkait dalam penelitian, peneliti juga menggunakan teori komunikasi politik dan konsep *new media* untuk membantu dan menjaga keilmiahan penelitian.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. *Jenis Penelitian*

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis wacana untuk melihat pola komunikasi politik dalam mengolah wacana di sosial media sebagai bahan membentuk opini masyarakat. dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kritis dan mempunyai pandangan tertentu bagaimana media harus dipahami dalam keseluruhan proses produksi dan struktur sosial. Pendekatan kritis ini, sering kali dilawankan dengan tradisi lain, yakni pluralis. Perbedaan dan pembagian pandangan media antara kritis dan pluralis ini memperhitungkan filosofi media dan pandangan bagaimana hubungan antara media, masyarakat, dan filosofi kehadiran media di tengah masyarakat.<sup>58</sup>

Pendekatan kritis secara ontologi berpandangan bahwa realitas yang teramati (*virtual reality*) merupakan realitas “semu” yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya dan ekonomi politik. Sedangkan secara etimologis pendekatan kritis memahami hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu. Pemahaman tentang suatu realitas merupakan *value mediated findings*. Dan dalam pandangan aksiologis pendekatan kritis percaya bahwa nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian. Peneliti menempatkan diri sebagai *transformative*, *intellectual*, *advocat* dan *aktivis*. Tujuan penelitiannya adalah kritik sosial, transformasi, emansipasi dan sosial *empowerment*. Berdasarkan pendekatan metodologis pendekatan kritis bersifat *participative*, yakni mengutamakan analisis komprehensif, kontekstual dan *multilevel analysis* yang bisa dilakukan melalui penempatan diri sebagai aktivis /

---

<sup>58</sup>Eriyanto. *Analisis Wacana – Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: LKIS. 2005) hlm. 21

partisipasi dalam proses transformasi sosial.<sup>59</sup>

### ***B. Fokus Penelitian.***

Adapun fokus penelitian ini adalah pengelolaan wacana kritis para elit politik di sosial media sebagai alat komunikasi oleh para pemilik akun yang dikenal sebagai oposisi di sosial media twitter dengan identifikasi terhadap tweet yang menyerang kebijakan pemerintahan Jokowi.

1. Pengelolaan wacana yang dimaksud di sini adalah pola komunikasi dan cara para pemilik akun yang telah dipilih oleh peneliti dalam menyebarkan isu-isu yang ada di sosial media baik berupa propaganda ataupun kritikan langsung terhadap kebijakan pemerintahan Jokowi.
2. Oposisi yang dimaksud di sini adalah akun-akun yang telah terverifikasi oleh twitter atau yang memiliki follower yang banyak sehingga mempunyai dampak yang besar bagi publik sosial media melalui twitnya.
3. Konteks Wacana adalah konten-konten politis terkait agama, pribadi presiden, dan kebijakan-kebijakan publik yang digambarkan di sosial media.

### ***C. Sumber Data***

Sumber data adalah segala sesuatu yang memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

---

<sup>59</sup>Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 52

### 1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang dikumpulkan sendiri dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan.

### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung yang dikumpulkan dari literatur, artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

## ***D. Metode Pengumpulan Data***

### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan yang dilakukan adalah mengamati kegiatan keseharian dengan manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan lainnya. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Yang dimaksud dengan diatas adalah pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.<sup>60</sup>

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah langkah yang dilakukan untuk penyediaan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dengan kata lain dokumentasi merupakan sebuah pencarian penyelidikan pengumpulan, pengawetan, penguasaan dan penyediaan dokumen, dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan sebagai bukti.

---

<sup>60</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2007), h. 111.

### ***E. Analisis Data***

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.<sup>61</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis wacana kritis. Analisis wacana kritis secara sederhana dapat digambarkan sebagai studi tentang teks, ujaran atau bicara, dan gambar-gambar visual untuk menemukan atau mengungkapkan berbagai makna yang dibagikan serta berkontribusi atau mewakili struktur-struktur sosial dan ideologi Aktivitas dalam analisis data yaitu :

#### **1. Data Reduksi (*Data Reduction*)**

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.<sup>62</sup>

#### **2. Penyajian Data (*Data Display*)**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan

---

<sup>61</sup>Sugiyono, "*Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*", (Bandung, ALFABETA. CV, 2014), h.246

<sup>62</sup>Sugiyono, "*Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*", (Bandung, ALFABETA. CV, 2014), h.247

mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami aa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.<sup>63</sup>

### 3. Analisis isi

Langkah ke tiga adalah Analisis konten, menurut Weber analisis konten adalah metode riset yang menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi valid dari teks. Analisis konten dapat digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik komunikasi, untuk mengetahui karakteristik psikologis dari pembicara, untuk menilai dampak (potensial) dari komunikasi.<sup>64</sup>

Analisis isi ini dapat difungsikan untuk meneliti bentuk komunikasi apapun, seperti pidato, dokumen tertulis, foto, surat kabar, dan juga acara televise. Secara luas metode ini digunakan untuk meneliti aspek pesan komunikasi, secara khusus juga digunakan untuk membedah kecenderungan politik suatu media massa, isu-isu politik yang disampaikan kepada khalayak, dan independensi atau keberpihakan suatu media massa.<sup>65</sup>

### 4. Menarik Kesimpulan

Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan

---

<sup>63</sup>Sugiyono, *“Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D”*, (Bandung, ALFABETA. CV, 2014), h.248

<sup>64</sup>Kacung Marijang *“Ilmu Politik Dalam Paradigma abad ke-21 Sebuah Referensi Panduan Tematis Jilid 2”*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 802.

<sup>65</sup>Henry Subiako, Rachma Ida *“Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi”*, (Jakarta: Prenada media Group, 2015), h.9

mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.<sup>66</sup>

#### ***F. Tahap-Tahap Penelitian***

Ada beberapa proses yang akan peneliti jalani dalam penelitian ini, meliputi:

##### **1. Menentukan tema**

Dalam penelitian ini tidak semua tweet yang menyoroti isu diambil sebagai bahan penelitian. Oleh karenanya, terlebih dahulu harus dipilih dan ditentukan tema atau sub bahasan yang kental dengan wacananya.

##### **2. Mengumpulkan data**

Setelah ditentukan sub bahasan, kemudian dipilih kalimat-kalimat yang menunjukkan bagaimana wacana itu ditampilkan, misalnya dengan menampilkan cara bicaranya, kalimat yang diucapkannya, serta solusi atau jalan keluar dalam menghadapi permasalahan sosial. Kalimat-kalimat tersebut dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis berdasarkan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

---

<sup>66</sup>Sugiyono, “*Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung, ALFABETA. CV, 2014), h.252

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Twitter sebagai Media baru dalam Komunikasi Politik

##### 1. Sejarah Twitter

Twitter terbentuk awalnya dari acara diskusi yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan *podcast* bernama Odeo. Jack Dorsey, seorang mahasiswa sarjana di Universitas New York, saat itu mengemukakan gagasannya mengenai penggunaan layanan berbentuk pesan singkat (*twitter*) untuk bisa berkomunikasi dalam sebuah kelompok kecil. Pada tanggal 21 Maret 2006, Dorsey mengunggah pesan twitter pertamanya pada pukul 9:50 PM PST. Pesan tersebut berbunyi: “*just setting up my Twittter*”. Twitter pertama kali digunakan sebagai layanan internet bagi karyawan Odeo, dan versi lengkapnya diperkenalkan kepada publik pada tanggal 15 Juli 2006, lalu kemudian Twitter berubah menjadi perusahaan mandiri pada bulan April 2007.

Popularitas twitter melonjak pada saat terjadi penyelenggaraan *konfrensi South by Southwest Interactive (SXSWi)* padatahun 2007. Selama acara tersebut, penggunaan twitter meningkat dari 20.000 tweet menjadi 60.000 tweet perhari. Reaksi publik terhadap konferensi tersebut sangat positif. Pesan twitter pertama yang dikirimkan dari luar Bumi diposting dari statium luar angkasa internasional oleh astronot NASA bernama T.J Creamer pada tanggal 22 Januari 2010. Secara international, twitter dikenal dengan logo burung birunya yang bernama “*Larry the Bird*”. Logo asli twitter digunakan sejak peluncuran twitter pada 2006 hingga bulan September 2010. Versi modifikasi logo twitter diluncurkan pada saat twitter mendesain ulang situsnya untuk pertama kali pada 27 Februari 2012. Seorang pegawai Twitter yang menangani *platform* dan API perusahaan memposting tweet

mengenai perubahan Logo “*Larry the Bird*”, mengungkapkan bahwa logo tersebut dinamai berdasarkan Larry Bird seorang pemain NBA dari Boston Celtics. Pada 5 Juni 2012, twitter meluncurkan logo ketiga menggantikan logo sebelumnya menjadi “*twitter Bird*”. Pada revisi logo ini, kata twitter dengan huruf “t” kecil tidak lagi digunakan dan gambar burung berwarna biru menjadi satu-satunya simbol yang digunakan sebagai logo perusahaan. Menurut Douglass Bowman, desain grafis twitter yang menjadi logo baru terinspirasi dari gunung Bluebird.<sup>67</sup>

## 2. Pengguna Media Sosial Twitter di Indonesia

Penggunaan media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk menciptakan konten dalam setiap akun yang dimiliki orang-orang. Kebebasan ini membuat konten media sosial tidak mempunyai struktur yang formal, sebab konten sangat tergantung pada pengguna dan masyarakat sekitar. Indonesia dengan populasi penduduk terbanyak pada urutan keempat dunia tentunya mempengaruhi jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi sangat banyak. Menurut data terbaru dari *We Are Social* pengguna media sosial aktif kini mencapai 2,2 miliar, dengan pengguna mobile 3,7 miliar. Dengan jumlah pengguna internet sebanyak itu twitter menempati urutan ketiga dengan persentase 11% pengguna aktif di Indonesia. Indonesia saat ini menjadi salah satu pengguna sosial media paling aktif dan darisegi jumlah paling besar. Hal ini disebabkan *mobile internet* yaitu *web* perangkat *mobile* dan harga *smartphone* yang semakin terjangkau. Twitter di Indonesia banyak digunakan dan populer karena kemudahan yang disediakan oleh layanan ponsel dan operator telekomunikasi yang ada serta aplikasi yang mendukung.

---

<sup>67</sup> WIKIPEDIA “Sejarah Twitter”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/twitter>. di akses pada 1 Oktober, 2020 pada pukul 10.14 Wita.



### 3. Konten Twitter

Pengguna media twitter dapat menggunakan twitter sebagai sarana untuk menciptakan media dengan memanfaatkan fitur-fitur yang berada di dalamnya. Menurut Brijon J. Dixon fitur yang ada dalam twitter sebagai berikut:

#### a. *Followers dan Following*

Followers atau pengikut merupakan akun atau orang yang mengikuti akun orang lain, sedangkan *following* adalah akun satu orang yang diikuti oleh akun lain. Melalui akun pengikut dan yang diikuti inilah pengguna twitter berbagi informasi. Pengguna akun twitter yang diikuti akan mendapatkan *update* postingan dari akun tersebut dari halaman utama mereka di twitter.

#### b. *Dirrect Message*

Twitter juga memungkinkan untuk mengirimkan pesan pribadi kepada akun pengguna yang mengikuti akun tersebut. Ini pada dasarnya serupa dengan program *E-mail* yang diterapkan di twitter. Jika pengguna twitter tidak mengikuti akun tersebut, mereka tetap dapat mengirimkan pesan lewat pesan pribadi atau *dirrect message*.

#### c. *Twitter Search*

Salah satu yang paling kuat dari twitter adalah memberi kemudahan pengguna dalam mencari orang-orang tertentu, kata kunci, subjek, dan tempat-tempat.

#### d. *Trending Topics*

Salah satu bagian paling menarik dari twitter adalah *trending topics* ini. *trending topics* ini terdiri dari sepuluh topik yang sering disebut atau dibicarakan di twitter pada waktu tertentu. *trending*

*topics* akan *berkisar* dari cerita, berita, olahraga, barang-barang atau hiburan lainnya.

e. *Latest News*

Twitter memungkinkan para penggunanya dengan cepat mengejar ketertinggalan berita terupdate. Begitu seseorang tahu berita terbaru lalu mengunggah berita tersebut ke twitter, dalam beberapa detik informasi tersebut akan muncul di internet.

f. *Update*

Melalui update ini twitter akan mendeteksi seberapa sering pemilik akun melakukan postingan atau menulis konten.

g. *Mention*

Mention adalah fitur menandai seseorang atau menariknya kedalam pembicaraan pada konten atau tulisan tertentu dengan cara mencantumkan nama akun seseorang pada setiap status yang diposting.

h. *Retweet*

Dengan me-retweet status followers ataupun following akan memperluas jangkauan postingan seseorang pada akun-akun yang saling mengikuti hal ini menunjukkan bahwa postingan itu menarik untuk dibahas.<sup>68</sup>

#### 4. Karakteristik Twitter

Twitter dalam bentuknya sebagai new media mempunyai karakteristik sebagaimana yang dituturkan oleh Lister sebagai berikut:

---

<sup>68</sup> WIKIPEDIA “Konten Twitter”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/twitter>. di akses pada 1 Oktober, 2020 pada pukul 10.30 Wita

a. Digitality

Twitter menggunakan sistem digitalisasi. Dalam berbagai format yang dikirimkan penggunaanya secara sederhana mengalami proses digitalisasi sehingga menjadi tampilan seperti yang tertera di halaman Twitter. Teks tersampaikan, foto tersebar di mana pun dan kapan pun sehingga akses menjadi lebih efisien.

b. Interactivity

Twitter memungkinkan pesan atau tweet penggunaanya saling terhubung dengan tweet pengguna lain. Interaktivitas inilah yang kemudian membedakan dengan media konvensional pada umumnya.

c. Dispersality

hal ini dikarenakan adanya bias antara siapa yang menjadi produsen informasi dan mana yang menjadi konsumennya, karena semuanya saling terkait dengan akses yang sama.

d. Virtuality

Twitter memberikan pengalaman para penggunaanya melalui interaksi dengan pesan-pesan yang disampaikan secara virtual yang biasanya disalurkan melalui media telepon pintar ataupun komputer.<sup>69</sup>

**B. Akun Twitter Elit Politik**

1. Nama: Muhammad Said Didu

Jenis Kelamin: Laki-laki

Akun Twitter: @msaid\_didu

Followers: 366.k

---

<sup>69</sup> Indriya Suciningsih, “Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabaya di Twitter”, (Surabaya: Universitas Islam Negeri sunan ampel Surabaya, 2019), h.27

Said Didu merintis karirnya di pemerintahan. Namun, ia diberhentikan dari perusahaan BUMN karena terlalu kritis kepada penguasa. Bahkan untuk leluasa mengkritik, ia mengundurkan diri sebagai pegawai negeri. Lahir di Pinrang, Sulawesi Selatan, 2 Mei 1962 pria ini bernama lengkap Muhammad Said Didu. Setelah lulus SMA, ia kuliah di Jurusan Teknik Industri di Institut Pertanian Bogor (IPB). Ia menggondol gelar insinyur pada tahun 1985.

Said Didu memulai karirnya dari bawah sebagai birokrat di badan pengkajian penerapan teknologi (BPPT) pada tahun 1987. Sejak saat itu jabatannya terus meningkat ke jenjang yang lebih, dari staf peneliti, kemudian ke pimpinan proyek, lalu menjadi direktur teknologi agroindustry hingga menjadi tim ahli Menristek atau kepala BPPT pada tahun 2004. Mulai saat itu karirnya makin cemerlang saat dipercaya menjadi sekretaris kementerian badan usaha milik Negara (BUMN) pada tahun 2005-2010.

Pada era kepemimpinan Jokowi di periode pertama, Muhammad said Didu menjabat sebagai staf khusus Menteri ESDM, namun di tengah masa baktinya beliau dicopot jabatannya pada tahun 2016. Sejak saat itu Muhammad Said didu melalui akun media sosialnya di twitter mulai bertambah tajam dalam mengkritik pemerintah. Tidak hanya mengkritik di bidang energi yang menjadi kepakarannya tapi juga aktif mengkritik kebijakan politik lainnya, hal ini mengakibatkan beliau diberhentikan dari jabatannya sebagai komisaris di PT. Bukit Asam tbk pada tahun 2018. Lalu pada tanggal 13 Mei 2019 Muhammad Said Didu yang telah mengabdikan sebagai pegawai negeri selama 32 tahun 11 bulan memilih mengundurkan diri untuk terbebas dari tekanan dari pihak pemerintah untuk lebih leluasa menyampaikan kritiknya. Sejak saat itu Muhammad Said Didu tersohor sebagai oposisi yang tajam mengkritik pemerintah di twitter.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> <https://www.viva.co.id/siapa/read/1042-muhammad-said-didu>, diakses pada senin, 5 oktober 2020.

2. Nama: Mardani Ali Sera

Jenis kelamin: laki-laki

Akun Twitter: @Mardanialisera

Followers: 370.k

Mardani Ali Sera atau lelaki yang akrab di sapa sebagai bang Mardani ini adalah salah satu politikus Indonesia dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Pria kelahiran 9 April 1968 ini telah menjadi aktivis Masjid sejak duduk di bangku SMA hingga menempuh kuliah. Selain sebagai politisi Mardani Ali Sera juga sibuk mengajar sebagai dosen Teknik Mesin. Latar belakang pendidikan yang kuat menjadikan Mardani Ali Sera salah satu politisi yang banyak menulis buku, salah satunya yang berjudul Kami Oposisi yang diterbitkan bersamaan dengan 100 hari kepemimpinan Jokowi.

Mardani Ali Sera pernah diusulkan sebagai bakal calon Gubernur DKI Jakarta mendampingi Sandiaga Uno melalui usungan dari partai PKS dan Gerindra, padahal hal itu sebelumnya belum pernah dibicarakan oleh partai koalisi lainnya yang terlibat. Mengakibatkan namanya menjadi perbincangan publik di tengah elit politik Indonesia.

Nama mardani Ali Sera semakin dibicarakan saat kemudian Gerindra-PKS akhirnya mengusung Anies Baswedan berdampingan dengan Sandiaga Uno. Saat itu Mardani Ali Sera didaulat menjadi ketua tim sukses pemenangan pasangan Anies-Sandi yang akhirnya pasangan ini berhasil dimenangkan.

Selama berkarir sebagai politisi PKS, Mardani telah banyak mengikuti kegiatan partai tersebut, Mulai dengan kursus Political Party Development Program di Canberra Australia sampai menjadi dai ke pelosok negeri dan mancanegara. Kemudian setelah mengabdikan di partai tersebut selama 6 tahun, pada 20 Oktober 2011 ia kemudian dilantik menjadi anggota DPR-RI mewakili daerah pemilihan Jawa Barat VII (Kabupaten Bekasi, Karawang, dan Purwakarta)

untuk periode 2009-2014. Ia menggantikan anggota PKS Arifinto yang mengundurkan diri.

Pada pemerintah Jokowi Mardani Ali Sera semakin terkenal setelah menjadi inisiator gerakan #GantiPresiden2019 yang kemudian menjadi sangat viral di sosial media utamanya I Twitter yang sempat menjadi trending topic.<sup>71</sup>

3. Nama: Dr. Rizal Ramli

Jenis Kelamin: laki-laki

Akun Twitter: @ramlirizal

Followers: 656.k

Rizal Ramli dikenal sebagai Ekonom Indonesia, selain itu sejak dahulu beliau juga dikenal sebagai aktivis yang kritis hingga sekarang. Hal inipun tetap terjadi pada diri Rizal Ramli saat menjabat sebagai menteri dalam kabinet Jokowi.

Pria kritis ini lahir di Padang, Sumatera Barat pada tanggal 10 Desember 1954. Dalam urusan pendidikan, Rizal Ramli berhasil menyelesaikan pendidikan S1-nya pada jurusan Teknik Fisika, Institute Teknologi Bandung (ITB). Semasa kuliah inilah Rizal Ramli telah menunjukkan sifat kritisnya terhadap pemerintahan, sehingga pada saat itu iya dipenjarakan oleh rezim Presiden Soeharto di masa orde baru. Di tengah kesibukannya sebagai aktivis Rizal Ramli juga berhasil menyelesaikan pendidikan S3-nya di bidang Ekonomi di Boston University, Amerika Serikat.

Setelah pulang dari Amerika Rizal Ramli mendirikan ECONIT Advisory Group bersama para ekonom lainnya. Lembaga ini tetap kritis terhadap kebijakan pemerintah yang berkuasa, Rizal Ramli menganggap banyak kebijakan pemerintah yang telah melenceng dari cita-cita berbangsa dan bernegara kita.

---

<sup>71</sup> <https://www.viva.co.id/siapa/read/969-mardani-ali-sera>, diakses, pada, Senin, tanggal 5 oktober 2020.

Lelaki yang juga mengajar di program Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, mulai bersinar dan dikenal semakin luas pasca runtuhnya rezim orde baru. Diawal munculnya reformasi Indonesia Rizal Ramli banyak jabatan strategis di pemerintahan. Lalu di era kepemimpinan presiden Abdur Rahman Wahid, beliau didapuk sebagai kepala badan urusan logistik (KABULOG), menko perekonomian, dan menko keungan. Selama ini di KABULOG, Rizal Ramli terhitung berhasil memimpin iya berhasil membuat keuntungan bagi KABULOG dalam masa kepimpinan 15 bulan. Begitupun dalam posisinya sebagai Menko Perekonomian, terobosan menghapus cross-ownership dan cross-management antara PT Telkom dan PT Indosat dianggap menguntungkan Negara. Sayangnya masa kerjanya di pemerintahan tidak lama berakhir seiring dengan jatuhnya kekuasaan Abdur Rahman Wahid.

Setelah tidak lagi di pemerintahan Rizal Ramli terus aktif menyuarakan kegelisahannya dan fikiran-fikirannya terhadap kebijakan pemerintah, iya sering turun ke jalan menyampaikan aspirasi rakyat dan mengawal urusan-urusan buruh. Menurut beliau Indonesia di masa kini tak ada bedanya dengan masa lalu, masih saja neolib dalam mengeluarkan kebijakan, sehingga lebih banyak menguntungkan kapitalis daripada masyarakat.

Pada masa kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono, Rizal Ramli diangkat menjadi Presiden Komisaris PT. Semen Gresik tbk pada tahun 2006-2008. Sedangkan di era presiden Jokowi dia diberi amanah sebagai presiden komisaris Bank BNI. Tak lama setelah itu pada pertengahan tahun 2015 Rizal Ramli ditunjuk untuk menjabat menteri koordinator maritim.

Meski telah diangkat menjadi menteri iya tetap kritis terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap sebagai langkah yang tidak tepat. Salah satu kritikan keras nya terhadap pemerintah adalah penentangannya terhadap rencana pembangunan reklamasi di Jakarta. Iyapun akhirnya terkena *reshuffle* cabinet

Jokowi dan posisinya digantikan oleh Luhut Binsar Pandjaitan sebagai Menko Maritim. Di luar pemerintahan Rizal Ramli semakin aktif menyebarkan fikiran-fikiran dan kritiknya di sosial media twitternya.<sup>72</sup>

4. Nama: Haris Azhar

Jenis kelamin: Laki-laki

Akun Twitter: @haris\_azhar

Followers: 246.k

Haris Azhar adalah pemilik nama seorang aktivis hak asasi manusia (HAM), pria yang sangat tertarik dengan dunia hukum ini menyelesaikan studi S1-nya di Universitas Trisakti dan pernah secara langsung terjun memantapkan dirinya sebagai kordinator komisi orang hilang dan korban tindak kekerasan (Kontras). Perjuangan Haris Azhar bukan sekadar ikut-ikutan atau modal nekat, berbekal latar belakang Pendidikannya yang kemudian membawanya menggapai gelar Bachelor of Laws pada tahun 1999 dan juga program magister filsafat di Universitas Indonesia. Dan dalam proses mendalami pengetahuan ilmu hukumnya, Haris Azhar mengambil master bidang teori dan praktek Hak Asasi Manusia di University of Essex, Inggris.

Lebih spesifik lagi Haris Azhar juga mempunyai keahlian, minat dan pengalaman perihal hak asasi manusia dan hukum konstitusi Indonesia, reformasi sektor keamanan, LSM, keadilan transisional, resolusi konflik dan hubungan ASEAN. Haris Azhar mempunyai karya ilmiahnya tentang litigasi, misis pencarian fakta, analisis, dan kerja kasus.

Nama Haris Azhar ini sempat membuat para petinggi polri dan TNI marah, sebab menyebut ada keterlibatan mereka pada peredaran narkoba yang dilakukan oleh terpidana mati kasus narkoba bernama Freddy Budiman. Hal tersebut bermula pada saat Haris Azhar memuat tulisan di akun social media Facebook dan

---

<sup>72</sup> <https://www.viva.co.id/siapa/read/300-rizal-ramli>, diakses pada hari Senin, 5 Oktober



Twitter Kontras, yang diberi judul “cerita busuk dari seorang bandit”. Tulisan yang mengagetkan banyak kalangan terutama kepolisian, TNI, dan petinggi BNN. Akibatnya beliau dilaporkan atas tuduhan pencemaran nama baik, namun hal tersebut tidak membuat ciut nyali Haris Azhar, bahkan beberapa kali dalam diskusi siaran langsung Haris Azhar menyebutkan bahwa apa yang dituliskannya tidak semuanya dituliskan. Haris Azhar terus menggalang kekuatan dan dukungan dalam berbagai bentuk dan terus menyampaikan pandangan-pandangannya di berbagai media termasuk media onlinenya pada platform twitter.<sup>73</sup>

Akun-akun diatas dari penelusuran peneliti adalah pengguna twitter yang sangat tanggap dan respon terhadap kebijakan dan sikap Jokowi dalam memimpin masyarakat.



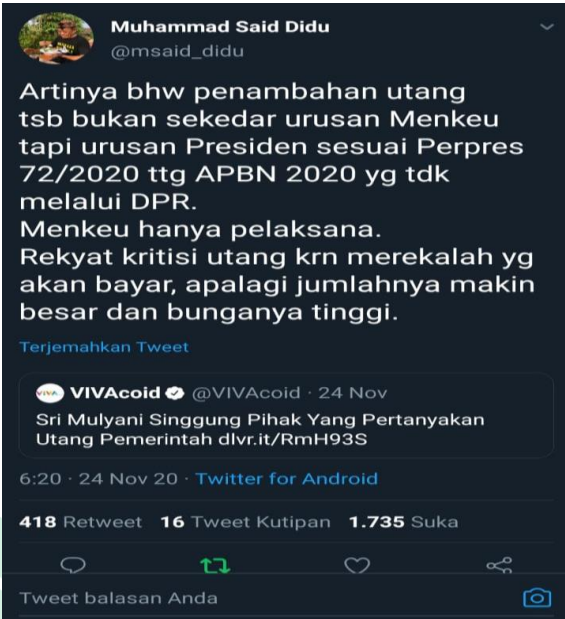
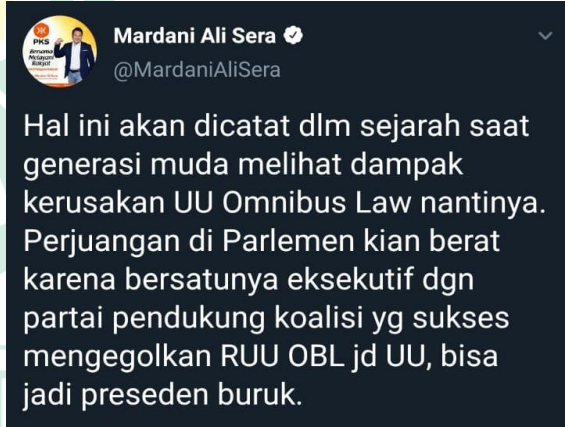
---

<sup>73</sup> <https://www.viva.co.id/siapa/read/72-haris-azhar>, diakses pada November

### C. Temuan penelitian

No	Waktu twitt	Isi tweet
1	08 oktober 2020, pukul 21.03 WIB	 <p><b>Muhammad Said Didu</b> @msaid_didu</p> <p>Saat rakyatmu ingin sampaikan aspirasi, engkau pergi jauh dan engkau berikan janji tdk msk akal buat kebun singkong (food estate) gunakan drone dan traktor apung. Rakyat sdh paham gayamu alihkan perhatian spt halnya mobil esemka, tol laut dll. Berhentilah berikan janji2 palsu.</p> <p><a href="#">Terjemahkan Tweet</a></p> <p>21:03 · 08 Okt 20 · <a href="#">Twitter for Android</a></p>
2	17 September 2020, pukul 19.36 WIB	 <p><b>Mardani Ali Sera</b> ✓ @MardaniAli... · 1 hari</p> <p>Dapatkan seorang pemimpin menjalankan tugasnya mengarahkan jika dirinya penuh kontradiksi?</p> <p><a href="#">#ManOfContradictions</a></p> <p>A LOWY INSTITUTE PAPER</p> <p><b>Man of Contradictions</b></p> <p>Joko Widodo and the struggle to remake Indonesia</p> <p>Ben Huh</p> <p>30 58 271</p>

3	08 Oktober 2020, pukul 13.15 WIB	 <p>Dr. Rizal Ramli @RamliRizal</p> <p>Mas @jokowi, jangan kabur2 dong 😊 Katanya pemberani, ketemu dong dgn pimpinan2 buruh dan mahasiswa. Jangan spt 4/11, ditakuti2 sehingga terpaksa kabur ke Cengkareng 😊 ternyata ndak ada apa2. Jika berani memutuskan, berani dong hadapi buruh &amp; mahasiswa 😊</p> <p><a href="#">Terjemahkan Tweet</a></p>
4	07 Oktober 2020, pukul 21.44 WIB	 <p>Muhammad Said Didu @msaid_didu</p> <p>Dalam UU Omnibus law Ciptaker, tidak tepat hanya menyalahkan DPR krn inisiator UU ini dan yg MEMERINTAHKAN DPR agar UU tersebut selesai dalam waktu secepatnya adalah Presiden.</p> <p><a href="#">Terjemahkan Tweet</a></p> <p>21:44 · 07 Okt 20 · <a href="#">Twitter for Android</a></p> <p>144 Retweet 8 Tweet Kutipan 393 Suka</p>
5	08 oktober 2020, pukul 11.41 WIB	 <p>Jogging bukan joget @haris_azhar</p> <p>Bukti baru bhw UU Omnibus ini buruk; demo dibalas dg kekerasan, Jokowi, dg alasan "jadwal", keluar Jkt; menuduh aksi ada dalangnya. Daaan, versi final tidak diketahui. rejim panik.</p> <p>cendol mana cendol 🤔🥑🤔</p> <p><a href="#">Terjemahkan Tweet</a></p> <p>11:41 · 08 Okt 20 · <a href="#">Twitter for Android</a></p> <p>8.908 Retweet 243 Tweet Kutipan 24rb Suka</p>

6	<p>24 Novemver 2020, pukul 6.20 wiB</p>	 <p><b>Muhammad Said Didu</b> @msaid_didu</p> <p>Artinya bhw penambahan utang tsb bukan sekedar urusan Menkeu tapi urusan Presiden sesuai Perpres 72/2020 ttg APBN 2020 yg tdk melalui DPR. Menkeu hanya pelaksana. Rekyat kritisi utang krn merekalah yg akan bayar, apalagi jumlahnya makin besar dan bunganya tinggi.</p> <p>Terjemahkan Tweet</p> <p><b>VIVAcoid</b> @VIVAcoid · 24 Nov Sri Mulyani Singgung Pihak Yang Pertanyakan Utang Pemerintah dlvr.it/RmH93S</p> <p>6:20 · 24 Nov 20 · <a href="#">Twitter for Android</a></p> <p>418 Retweet 16 Tweet Kutipan 1.735 Suka</p> <p>Tweet balasan Anda</p>
7	<p>13 November 2020, pukul 17.15 WIB</p>	 <p><b>Mardani Ali Sera</b> ✓ @MardaniAliSera</p> <p>Hal ini akan dicatat dlm sejarah saat generasi muda melihat dampak kerusakan UU Omnibus Law nantinya. Perjuangan di Parlemen kian berat karena bersatunya eksekutif dgn partai pendukung koalisi yg sukses mengegolkan RUU OBL jd UU, bisa jadi preseden buruk.</p>

8	20 November 2020, Pukul 12.34 WIB	 <p>Dr. Rizal Ramli @RamliRizal</p> <p>Mas @jokowi, mau dibawa kemana RI ? Surat utang bunganya semakin mahal. Untuk bayar bunga utang saja, harus ngutang lagi. Makin parah. Makanya mulai ganti strategi jadi "pengemis utang bilateral" dari satu negara ke negara lain,, itupun dapatnya recehan 😊 itu yg bikin 'shock'</p> <p>Terjemahkan Tweet</p> <p>12:34 · 20 Nov 20 · Twitter for iPhone</p> <p>1.907 Retweet 277 Tweet Kutipan 6.923 Suka</p>
9	10 Oktober 2020, Pukul 15.00 WIB	 <p>Jogging bukan joget @haris_azhar</p> <p>Pendemo ngga paham RUU Cilaka, salah. Kalau Presiden ngga ngerti RUU Cilaka, salah atau ngga? Presiden suruh Gubernur n Walikota jadi Penyidik (nanya-nanya), salah atau ngga?</p> <p>cendol mana cendol 🤔🥑🤔</p> <p>Terjemahkan Tweet</p> <p>15:00 · 10 Okt 20 · Twitter for Android</p> <p>1.508 Retweet 29 Tweet Kutipan 4.962 Suka</p>
10	20 November 2020, pukul 10.50 WIB	 <p>Dr. Rizal Ramli @RamliRizal</p> <p>Memang pilihan berat &amp; sulit, defisit kepercayaan dan prestasi, hanya bisa ditopang sementara dgn cara otoriter. Bisa berujung tragedi. Semoga sing eling dan tahu batas 🙏🙏</p> <p>Terjemahkan Tweet</p> <p>andry @andry19633 · 4 hari Di Bawah Pak Jokowi, Oligarki Kian Mencengkeram &amp; Demokrasi Makin Semu dan Palsu konfrontasi.com/content/budaya... @RamliRizal</p> 

Dari beberapa sample di atas peneliti akan menganalisis tweet yang terdapat pada beberapa akun media social twitter yang telah diidentifikasi sebagai oposisi pemerintahan. Peneliti memilih beberapa tweet dengan indikasi isi tweet yang merespon kebijakan-kebijakan yang diambil oleh pemerintah dalam menjalankan masa pemerintahannya dalam hal ini adalah rezim Jokowi. Kemudian peneliti juga akan mengambil beberapa respon dari follower masing-masing terkait tweet yang disebar di social media masing-masing sample.

Ke 5 tweet tersebut akan dibedah menggunakan analisis wacana kritis pendekatan Norman Fairclough. Pendekatan Norman Fairclough ini mempunyai tiga tingkatan analisis, yaitu teks yang merujuk pada apa yang ingin ditampilkan dalam teks dan juga ambisi atau hubungan yang ingin disampaikan baik secara formal maupun secara informal. Kedua adalah tingkatan discourse practice yang merujuk pada proses produksi dan konsumsi teks. Tingkatan selanjutnya adalah socialcultural practisI, yaitu anggapan bahwa konteks yang berada di luar media mempengaruhi wacana yang akan dibentuk oleh penulis pada akun tweeternya. Setelah itu peneliti akan mengambil tanggapan dari orang-orang yang merespon tweet terkait baik yang kontra maupun yang sepakat. Dengan menggunakan pendekatan analisis wacana model Norman Fairclough diharapkan dapat memberikan gambaran dan menggali maksud tersirat dari sebuah tweet oleh para oposisi pemerintah sehingga dapat menimbulkan efek kepada khalayak atau komunikasi dari segala sisi yang membaca tweet tersebut, baik pro maupun kontra.



#### D. Analisis wacana kritis terhadap wacana politik di sosial media

1.



Analisis:

1. Teks

a. Representasi

Pada dimensi teks akun dari Muhammad Said Didu menggambarkan sikap pemerintah dalam hal ini Jokowi yang kabur atau menghindari masyarakat saat ingin bertemu dan menyampaikan aspirasinya kepada pemerintahan. Alih-alih menemui masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasinya pihak pemerintah malah pergi ke kegiatan lain berupa food estate sebagai pengalihan pemerintah agar dapat menghindari kelompok masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasinya.

Dalam kata-kata lanjutan di tweet tersebut, Said Didu mengaitkan alasan Jokowi yang tidak bisa menemui kelompok masyarakat yang ingin menemuinya sebagai bentuk pemberian harapan palsu, sebagaimana janji-janji Jokowi yang akan memproduksi mobil

Esemka dan membuat tol laut. Dalam lanjutan kalimat Muhammad Said Didu yang berbunyi “*berhentilah berikan janji2 palsu*” beliau ingin memperlihatkan karakter Jokowi yang penuh janji-janji dan sering memberikan harapan palsu ketika masyarakat sedang ingin mengunjunginya saat melakukan aksi demonstrasi, secara utuh kalimat yang ditweetkan oleh Said Didu merepresentasikan seorang pemimpin yang sangat manipulatif.

b. Relasi

Hubungan yang terbentuk dari wacana yang dibangun oleh Said Didu adalah hubungan antara Jokowi dan Masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kalimat yang menyertakan kata rakyatmu, kalimat tersebut merepresentasikan dua subjek antara si rakyat dan pemilik atau pemimpin rakyat yang dijabat oleh Jokowi. Wacana diatas dibentuk saat masyarakat ingin menemui Jokowi sebagai pemimpin untuk menyampaikan aspirasinya.

c. Identitas

Identitas pemerintah yang dimaksud pada kalimat yang ditweetkan oleh Muhammad Said Didu tersebut adalah Jokowi sebagai pemangkuh jabatan presiden, selain itu jika dilihat dalam porsi utuh kalimat tersebut Said Didu juga ingin menunjukkan identitas kepemimpinan Jokowi yang penuh dengan kepalsuan.



2.



#### a. Representasi

Pada teks di atas Mardani Ali Sera membangun sebuah pertanyaan tetapi lebih bersifat sebagai pernyataan untuk merepresentasikan sikap kepemimpinan Jokowi yang penuh kontradiksi, kata kontradiksi di pilih sebagai metafora untuk menggambarkan perilaku inkonsistensi dari Jokowi yang tidak pernah sesuai dengan ucapannya. Dalam teks tersebut pula dimunculkan pertanyaan kemampuan Jokowi sebagai pemimpin dalam mengarahkan kabinetnya, secara tidak langsung pada narasi tersebut Mardani Ali Sera membangun persepsi masyarakat pada sebuah keraguan atas kemampuan Jokowi sebagai pemimpin yang tidak bisa dengan baik mengarahkan kabinetnya disebabkan perilaku sendiri yang penuh dengan kontradiksi.

#### b. Relasi

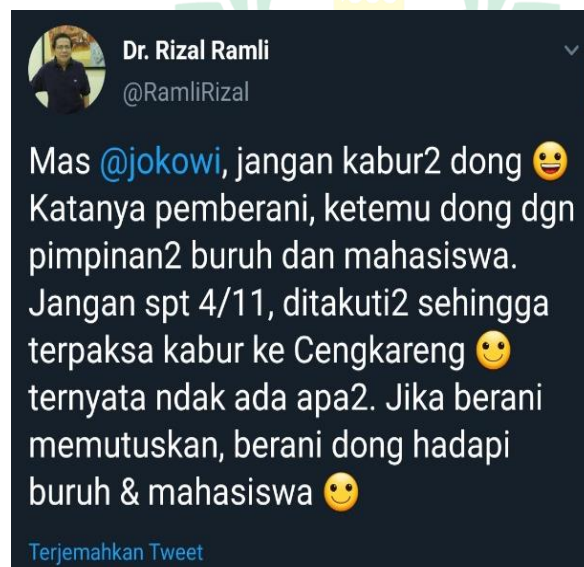
Relasi yang dibangun oleh Mardani Ali Sera dalam cuitannya adalah hubungan antara Jokowi dan Masyarakat juga struktur kabinetnya. Hal tersebut dapat dilihat dari kata "*tugasnya mengarahkan*"

yang dalam posisi Jokowi sebagai pemimpin tertinggi dalam Negara Republik Indonesia mempunyai otoritas untuk mengarahkan rakyat sebagai satu entitas dalam struktur Negara dan juga secara khusus terhadap kabinetnya yang membantu tugas-tugas kenegaraannya.

### c. Identitas

Identitas pemimpin yang dimaksud di sini adalah Joko Widodo yang dalam kapasitasnya sebagai presiden dapat mengarahkan segala elemen yang ada dalam struktur kenegaraan, hal inipun dipertegas oleh gambar yang dimuat dalam sebuah Koran yang menjadi topik dari lahirnya cuitan tersebut.

3. .



### a. Representasi

Kalimat dalam cuitan Rizal Ramli merepresentasikan Jokowi sebagai pemimpin yang tidak mempunyai nyali dan sikapnya yang kontradiksi dari penggambaran beliau sebelumnya, bahkan untuk menghindari rakyat yang diwakili oleh mahasiswa dan para buruh beliau

“terpaksa harus kabur” ke Cingkareng. Hal ini dapat dengan jelas dilihat dari kalimat *“mas Jokowi, jangan kabur dong katanya pemberani ketemu dong dengan piminana-pimpinan buruh dan mahasiswa”* Rizal Ramli juga mengaitkan kejadian 4/11 sebagai penegas bahwa Jokowi dalam beberapa kesempatan saat rakyat melakukan aksi demonstrasi dan ingin menjumpai Jokowi, beliau selalu menggunakan alasan sedang melakukan dinas keluar kota padahal yang didatanginya tidak ada apa-apa untuk dikerjakan. Masih dalam sambungan kalimat cuitan tersebut yang berbunyi *“jika berani memutuskan, berani dong hadapi mahasiswa dan buruh”* dalam potongan kalimat tersebut Rizal Ramli secara tersirat beliau ingin menggambarkan perilaku Jokowi yang tidak bertanggung jawab dan juga tidak mempunyai keberanian untuk menghadapi masyarakat yang menyampaikan aspirasinya atas ketidak sepakatan kebijakan yang diambilnya.

b. Relasi

Relasi yang dibangun dalam cuitan tersebut adalah hubungan antara presiden dengan rakyatnya, atau Jokowi dengan buruh dan mahasiswa yang melakukan demonstran untuk menolak kebijakan yang dihisilkan oleh pemerintahan Jokowi.

c. Identitas

Identitas Jokowi sebagai presiden disini ditunjukkan sebagai pemimpin yang tidak berani memberikan pertanggung jawabannya sebagai pemimpin tertinggi dalam Negara, mahasiswa dan buruh di sini adalah posisinya sebagai masyarakat dari sasaran kebijakan yang diambil oleh pemerintahan Jokowi yang tidak puas bahkan tidak sepakat dengan keputusan tersebut.

4.



a. Representasi

Pada cuitan Muhammad Said Didu di atas, beliau berusaha membangun opini masyarakat untuk tidak fokus pada DPR sebagai salah satu dari struktur pemerintahan yang memutuskan sebuah kebijakan, tetapi mencari sumber dari putusan tersebut dan dinisiasi oleh siapa. Hal tersebut terlihat dari kalimat *“tidak tepat menyalahkan DPR karena inisiator UU ini dan yang MEMERINTAHKAN DPR agar UU tersebut selesai dalam waktu secepatnya adalah Presiden”*. Penggunaan huruf kapital dalam kata *“MEMERINTAHKAN”* juga dapat diartikan sebagai metafora yang digunakan oleh Muhammad Said Didu untuk memperjelas posisi presiden sebagai pihak yang begitu menginginkan untuk UU CIPTAKER cepat disahkan sebagai produk pemerintahannya.

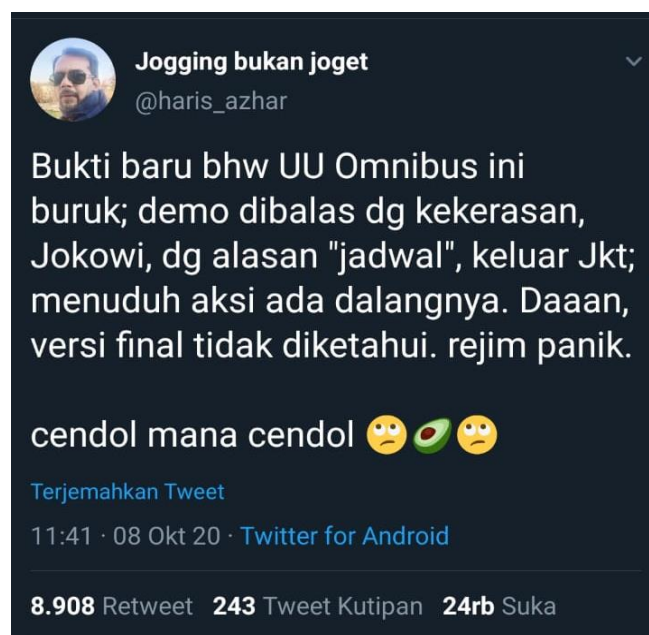
b. Relasi

Relasi yang dibangun dalam cuitan tersebut adalah hubungan antara DPR sebagai legislatif dan presiden sebagai eksekutif yang dalam porsinya masing-masing mempunyai akses untuk membuat dan mengambil keputusan sebuah kebijakan.

c. Identitas

Identitas yang dibangun oleh Muhammad Said Didu dalam cuitan tersebut adalah posisi DPR yang disalahkan sebab pengesahan UU oleh rakyat dan juga posisi presiden atau posisi yang dijabat oleh Jokowi sebagai pemimpin yang menginstruksikan penyelesaian UU tersebut secepat mungkin.

5.



a. Representasi

Haris Azhar atau dengan nama pengguna twitter Jogging bukan Joget pada tweetnya berusaha merepresentasikan bahwa produk uu yang dihasilkan oleh pemerintahan Jokowi ini mempunyai standar yang buruk, Haris Azhar membangun wacana itu dengan menyelaraskan sikap aparat yang represif dan alasan-alasan Jokowi yang dianggap tidak mau menemui masyarakat dengan alasan jadwal keluar Jakarta. Alih-alih menemui rakyat Jokowi malah menuduh aksi tersebut ada dalangnya, sikap tersebut menurut Haris Azhar dalam tweetnya adalah bentuk

kepanikan rezim terhadap aksi demonstran. Hal tersebut Jokowi lakukan semata-mata untuk menghindari rakyat karena ketidak siapan pemerintah menjawab masyarakat sebab ambiguisitas dari UU yang tidak jelas bentuk finalnya.

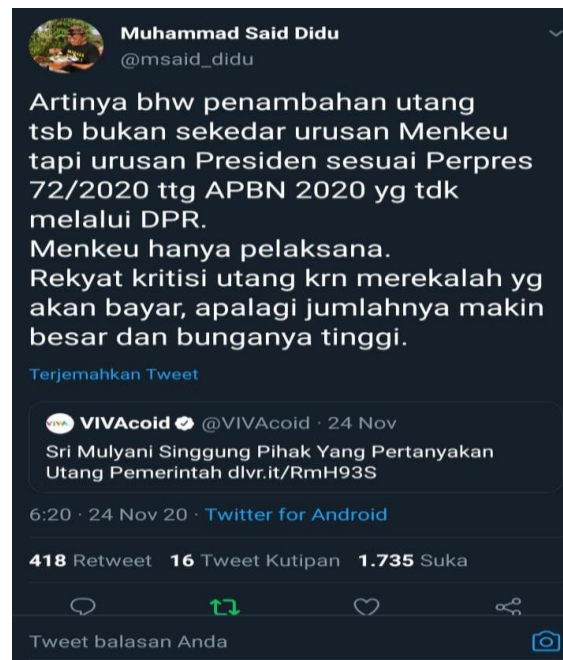
b. Relasi

Relasi yang ada dalam cuitan tersebut adalah hubungan antara Jokowi sebagai presiden dan rakyat sebagai demonstran yang menolak hasil UU Omnibus Law. Tuntutan masyarakat untuk menemui Jokowi sebagai orang yang mempunyai kapasitas sebagai pelaksana UU, sehingga dalam pertemuan tersebut yang diharapkan adalah untuk meminta penjelasan atas hasil pengesahan UU Omnibus Law yang dianggap tidak jelas hasilnya.

c. Identitas

Identitas dalam produksi teks pada cuitan Haris Azhar di atas adalah posisi Jokowi sebagai presiden tetapi tidak mempunyai kesiapan dalam menghadapi masyarakat yang mengharapkan kejelasan dalam pengesahan UU Omnibus Law, hal itu jelas digambarkan oleh Haris Azhar dari langkah pemerintah dalam menghadapi para pelaku demonstran dengan sikap represif dan juga alasan-alasan yang diberikan oleh Jokowi mulai dari jadwal keluar kota sam[ai dengan menuduh aksi tersebut didalangi oleh orang yang berkepentingan.

6.



a. Representasi

Pada dimensi ini Muhammad Said Didu di tweetnya membangun wacana atas pertanggung jawaban terhadap utang yang dilakukan oleh menteri keuangan bukanlah tanggung jawab tunggalnya melainkan hal ini juga adalah urusan dari presiden, hal tersebut ditegaskan oleh Muhammad Said Didu dengan Perpres 72/2020 tentang APBN. Pengutipan perpres tersebut bukan semata menunjukkan keterlibatan Jokowi dalam urusan utang tersebut tetapi melalui dari hal itu bahwa presidenlah yang paling bertanggung jawab terhadap kebijakan utang tersebut sebagai orang yang berwenang penuh terhadap langkah perpres. Teks wacana ini dibangun untuk mengarahkan pembaca tweet dari said Didu bahwa sikap kritis masyarakat yang mempertanyakan utang tersebut dialamatkan langsung kepada Jokowi sebagai presiden, hal ini juga ditegaskan melalui penyematan kalimat "*menkeu hanya pelaksana*". Dalam dimensi ini juga said Didu membangun wacana bahwa dalam putusan ini yang akan dirugikan dan yang akan merasakan dampak dari utang tersebut adalah

masyarakat, sebab dia adalah yang akan membayar utang itu, metafora “*merekalah yang akan bayar*” adalah bentuk dari pengelolaan uang rakyat yang diambil oleh negara melalui pajak. Dalam tweet itu juga Said Didu ingin membentuk sikap masyarakat yang harus waspada sebab bunga dan jumlah utang itu yang makin tinggi, hal ini dimaksudkan untuk membuat rakyat atau pembaca tweetnya semakin kritis dengan putusan tersebut.

b. Relasi

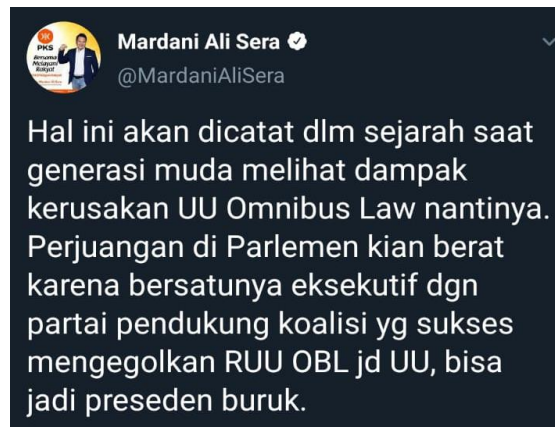
Wacana yang tertanam dalam tweet ini menjelaskan hubungan antara Jokowi sebagai presiden dan menteri keuangannya dan juga rakyat sebagai pihak yang terdampak langsung oleh utang yang diambil menkeu melalui putusan perpres yang dibuat oleh Presiden Jokowi. Sikap kritis rakyat yang disinggung oleh menkeu diarahkan untuk mengkritisi langsung presiden sebagai pengambil keputusan tidak hanya berfokus pada menkeu yang hanya sebagai pelaksana.

c. Identitas

Identitas presiden yang terkandung dalam teks tersebut tidak lain adalah Jokowi mengingat sampai hari ini jabatan itu memang masih dijabat secara sah oleh beliau, identitas kedua adalah menkeu yang dijabat oleh Sri Mulyani yang bertindak sebagai pelaksana dari keputusan presiden yang berimbas pada penambahan utang rakyat Indonesia. Dalam produksi teks tersebut Said didu berusaha membangun dan mengarahkan sikap kritis rakyat terhadap Jokowi yang digambarkan sebagai orang yang paling bertanggung jawab terhadap penambahan utang tersebut melalui perpres yang dibuatnya.



7.



a. Representasi

Pada dimensi ini dalam produksi teks Mardani Ali Sera wacana yang dibangun adalah kerusakan negeri yang diakibatkan oleh pengesahan UU omnibus Law. Dalam cuitan Mardani Ali Sera ini juga membentuk “*branding*” terhadap dirinya dan perjuangan yang dilakukan melalui Instansi legislatif. Hal ini dapat terlihat dalam potongan kalimat “*perjuangan di parlemen kian berat karena beratnya eksekutif dengan partai pendukung koalisi*” konfrontasi yang seharusnya terjadi antara legislatif dan eksekutif dalam melahirkan UU tersebut tidak terjadi disebabkan koalisi antara eksekutif atau dalam jabatan presiden mendapatkan dukungan penuh dari para anggota legislatif dari partai koalisi, sehingga dengan mudah RUU tersebut bisa disahkan sebagaimana rencana awal presiden. Dalam hal ini Mardani Ali Sera menganggap kejadian ini sebagai gambaran yang buruk dikemudian hari yang bisa jadi menghasilkan pola-pola yang sama untuk diterapkan saat memproduksi RUU.

Dalam tweet ini juga Mardani Ali sera ingin mempertegas posisinya sebagai anggota legislatif yang menyuarakan pilihan rakyat yang menolak UU Omnibus Law. Omnibus Law dalam sebagian masyarakat memang dianggap sebagai UU yang akan merugikan rakyat, hal ini juga disepakati oleh Mardani dalam tweetnya, seperti pada teks “*dampak kerusakan Omnibus Law*”.

b. Relasi

Wacana dalam produksi teks ini mengandung relasi antara eksekutif yang merepresentasikan presiden dan legislatif yang dijabat oleh anggota dewan. Mardani ali Sera di sini menggambarkan hubungan antara para dewan dengan presiden yang ada dalam partai koalisi yang sama untuk saling bahu membahu mengesahkan RUU menjadi UU dalam hal ini UU Omnibus Law. Anggota legislatif dari partai koalisi presiden ini digambarkan oleh Mardani sebagai dewan-dewan yang gagal memenuhi keinginan rakyat yang tidak menginginkan RUU Omnibus Law disahkan, sebagai salah satu UU yang begitu diinginkan oleh presiden.

c. Identitas

Identitas yang terkandung dalam tweet ini adalah terciptanya relasi yang kuat antara legislatif dan eksekutif melalui koalisi partai, yang akhirnya menjadikan suara minoritas yang berposisi dalam legislatif susah memenangkan keluhan sebagian masyarakat yang menolak pengesahan UU Omnibus Law. Eksekutif di sini adalah presiden atau kursi yang sedang dijabat oleh Jokowi sesuai dengan representasi dari konsep trias politika, dan anggota koalisi partai adalah para legislatif yang dinaungi oleh partai pengusung dan pendukung presiden Jokowi.

8.



a. Representasi

Pada dimensi ini dalam cuitan Rizal Ramli iya ingin merepresentasikan keadaan negara Republik Indonesia dalam kepemimpinan Jokowi yang penuh dengan utang, dengan banyak utang-utang tersebut Rizal ramli mempertanyakan komitmen kepemimpinan Jokowi dengan kalimat “*mas Jokowi mau dibawa kemana RI?*”. Penggambaran dengan rezim yang penuh utang ini juga semakin diperjelas dalam kalimat sambungan dari cuitan tersebut pada kalimat “*untuk bayar utang saja, harus ngutang lagi*”. Dalam kesempatan ini Rizal Ramli mengkritik langkah kebijakan yang diambil oleh Jokowi sebagai “*pengemis utang bilateral*” metafora ini digunakan untuk menggambarkan langkah strategi yang tidak efektif dengan hanya mengharapkan hubungan yang terbangung dengan negara lain, hal tersebut semakin dipertebal oleh Rizal Ramli dalam kalimat selanjutnya dengan mengatakan “*itupun dapat recehan*”. Diakhir kalimat Rizal Ramli menutupnya dengan kalimat “itu yang bikin shock” untuk menggambarkan keadaan yang memprihatinkan akibat dari kebijakan pinjaman yang diambil oleh Jokowi.

b. Relasi

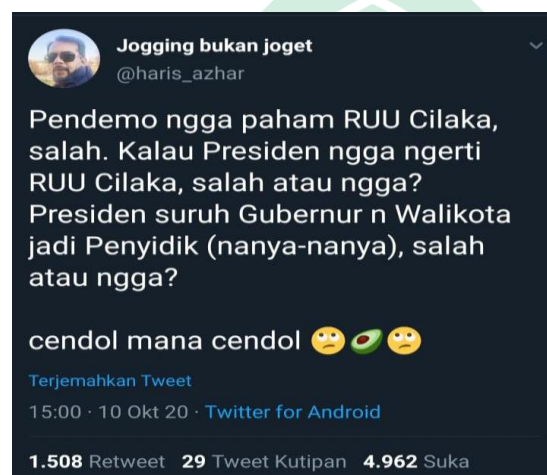
Relasi yang terkandung pada tweet di atas menunjukkan hubungan antara Jokowi sebagai presiden Indonesia dan kebijakan utang yang diambilnya melalui negara bilateral. Menurut Rizal Ramli dalam tweet tersebut hubungan yang dibangun dengan negara bilateral tersebut menjadi tidak efektif karena didasari oleh pengambilan utang untuk negara. Bahkan menurut rizal Ramli ini cenderung merugikan karena surat utang yang bunganya makin besar sehingga akan sulit untuk mengembalikannya.

c. Identitas

Identitas Jokowi dalam produksi teks pada cuitan tesebut adalah sebagai presiden Republik Indonesia. Sebagai Orang yang memimpin negeri dengan

jabatannya Rizal Ramli mempertanyakan langkah-langkah yang diambil Jokowi dalam masa kepemimpinannya, hal tersebut digambarkan pada kalimat “*mau dibawa kemana RI*”. Dalam teks itu juga Jokowi digambarkan sebagai pemimpin yang telah salah mengambil kebijakan utang dengan cara memanfaatkan hubungan bilateral dengan negara terkait, pada kalimat “*hanya dapat recehan*” adalah penggambaran ketidak efektifan keputusan tersebut.

9.



a. Representasi

Produksi teks dalam cuitan Haris Azhar diatas menggambarkan kondisi masyarakat yang tidak paham RUU cilaka salah, tetapi pada kalimat lanjutan tersebut yang mempertanyakan bahwa “*kalau presiden ngga ngerti RUU Cilaka, salah atau ngga?*” adalah metafora yang digunakan oleh Haris Azhar untuk merepresentasikan bahwa lebih salah jika presiden tidak paham terkait kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintahannya sendiri. Hal tersebut digambarkan melalui premis awal yang dibangun oleh Haris Azhar dengan menegaskan bahwa jika rakyat saja salah jika tak paham RUU yang akan menjadi sasaran dari keputusan tersebut, lalu bagaimana dengan yang

memerintah atau yang akan menjalankan RUU tersebut. ketidakpahaman tersebut diperlihatkan oleh Haris Azhar pada kalimat “*presiden suruh gubernur n walikota jadi penyidik (nanya-nanya) salah atau ngga?*” keadaan presiden yang memerintah gubernur dan walikotanya untuk menyelidik keadaan adalah bukti ketidakpahaman presiden, meski dalam bentuk pertanyaan tapi emoticon dari produksi cuitan diatas menjadi penjelas kebingungan Haris terhadap langkah presiden yang menyuruh gubernur dan waliota jadi penyidik.

b. Relasi

Wacana yang terbangung dalam produksi teks pada cuitan Haris Azhar tersebut adalah relasi antara presiden sebagai elemen pemerintah yang punya kekuasaan penuh terhadap perencanaan dan hasil keputusan dengan masyarakatnya sebagai sasaran dari hasil keputusan tersebut, relasi lainnya adalah gubernur dan walikota yang menjabat sebagai pemimpin dari daerah tertentu yang mempunyai akses yang lebih spesifik terhadap satu wilayah dalam kepemimpinan presiden.

c. Identitas

Identitas yang terkandung dalam teks diatas adalah jabatan presiden yang dijabat oleh Jokowi. Dalam teks tersebut Haris Azhar mempertanyakan atau bahkan meragukan pemahaman Jokowi terhadap RUU yang dirancang oleh pemerintahannya. Hal ini diperlihatkan Haris Azhar dengan adanya perintah untuk menyuruh kepala-kepala daerah yang menjabat sebagai penyidik atau yang bertanya-bertanya.

10.



#### a. Representasi

Tweet pada dimensi ini membangun wacana bahwa pemerintahan ini telah banyak mengalami penurunan kepercayaan dari masyarakat, hal tersebut karena tidak adanya prestasi, sehingga satu-satunya yang bisa dilakukan untuk menopang kekuasaan tersebut adalah dengan berlaku otoriter. Hal tersebut dapat dilihat dari kalimat yang berbunyi “*memang pilihan berat dan sulit, defisit kepercayaan dan prestasi hanya bisa ditopang sementara dgn cara otoriter*”. Hal ini menurut Rizal ramli akan berujung tragedi, dan dalam kalimat lanjutan tweet tersebut Rizal Ramli melanjutkan dengan menggunakan bahasa Jawa “*sing eling*” sebagai metafora untuk menggambarkan perilaku pemerintah yang tidak sadar dalam tindakannya, di akhir kalimat Rizal Ramli menutupnya dengan tahu batas sebagai peringatan kepada pemerintah atas sikap otoriter tersebut.

#### b. Relasi

Relasi yang terbangun dalam tweet tersebut adalah hubungan antara pemerintah dan rakyatnya. Pemerintah sebagai pemimpin otoriter dan rakyat

sebagai objek yang akan menerima tragedi yang ditulis dalam tweet Rizal Ramli.

c. Identitas

Identitas yang diwacanakan dalam kalimat tweet tersebut adalah sikap atau cara pemerintah yang otoriter. Pemerintah yang dimaksud dalam tweet tersebut tidak lain adalah presiden Jokowi. Hal tersebut teridentifikasi melalui tweet yang di retweet dengan komentar oleh Rizal Ramli. Hal ini digambarkan oleh Rizal Ramli karena langkah-langkah yang ditempuh oleh rezim Jokowi dalam menjalankan pemerintahannya.

Pada dimensi teks ini, peneliti melihat wacana-wacana yang dibangun melalui tweet di atas. Mereka berusaha objektif dalam merespon masalah-masalah yang hadir dan *juga* kebijakan yang dilahirkan oleh rezim Jokowi, hal ini dapat dilihat dari setiap konteks yang dituliskan dalam tweet tersebut. Namun dalam produksi tweet tersebut, hal yang tidak terhindarkan adalah dalam produksi kalimat-kalimat tersebut secara tersirat bersifat ofensif dan provokatif terhadap rezim Jokowi, sehingga terbangun opini dalam masyarakat untuk melakukan pengawasan lebih dalam terhadap pemerintah.

2. Analisis Discourse Practice

Sebagaimana dalam konsep Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough *discourse practice* menggambarkan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi teks dan konsumsi teks. Terdapat dua sisi untuk melihat aspek ini sebagai suatu diskursus, pertama dari produksi teks yang menghasilkan tweet tersebut, kedua dari konsumsi teks atau pandangan khalayak yang menerima teks tersebut.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Eriyanto “Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media” (Yogyakarta: LKiS 2001), h.286

a. Produksi teks

Dari semua tweet yang peneliti rampung dari akun Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, Haris Azhar yang peneliti identikasikan sebagai oposisi dalam rezim Jokowi. Wacana-wacana yang terkandung dalam tweet tersebut tidak terlepas dari agenda-agenda oposisi dari pemilik akun seperti dalam tweet pertama yang dikutip dari akun Muhammad Said Didu *”saat rakyatmu ingin sampaikan aspirasi engkau pergi jauh dan engkau berjanji tidak masuk akal buat kebun singkong (food estate) gunakan drone dan traktor apung. Rakyat sudah paham gayamu alihkan perhatian seperti mobil esemka tol laut dan lain-lain”* dalam tweet ini jelas bahwa Muhammad Said Didu ingin memperlihatkan kekurangan dari kepemimpinan Jokowi sebagai presiden, celah dari setiap kebijakan yang menimbulkan pro-kontra dalam masyarakat menjadi topik yang dibangun untuk menggiring opini follower dan orang-orang yang menemukan tweet tersebut sehingga terjadi pengawasan yang lebih baik terhadap pemerintahan. Dari beberapa tweet yang dikutip dari akun Muhammad Said Didu, orientasi dari wacana yang terbangun dalam tweet tersebut bermaksud memperlihatkan sikap Jokowi yang tidak mampu menghadapi masyarakat yang sedang menyampaikan aspirasinya atas ketidak sepakatan dari kebijakan yang diambilnya.

Dari akun Rizal Ramli peneliti melihat tidak terlalu banyak perbedaan dari Muhammad Said Didu dalam membangun kritikan terhadap kebijakan pemerintahan Jokowi, selain mengkritik sikap kepemimpinan Jokowi, Rizal Ramli juga banyak mengkritik kebijakan-kebijakan ekonomi yang dipilih oleh pemerintahan Jokowi seperti dalam tweet *“Mas @jokowi, mau dibawa kemana RI? Surat utang bunganya semakin mahal. Untuk bayar bunga utang saja, harus ngutang lagi. Makin parah. Makanya mulai ganti strategi jadi “pengemis utang bilateral” dari satu negara ke negara lain,, itupun dapatnya recehan itu yang bikin*



*shock*”. Kritikan dari Rizal Ramli ini tidak terlepas dari latar belakangnya sebagai pengamat ekonom dan orang yang pernah menjadi menteri terkait sehingga dalam kritik-kritikannya di tweet lebih kepada kebijakan ekonomi.

Mardani Ali Sera sebagai oposisi dari kader partai PKS juga tidak luput dalam mengkritik sikap kepemimpinan Jokowi yang dianggap tidak konsisten dan kadang kala bertolak belakang dengan perkataannya. Seperti dalam tweet *“dapatkah seorang pemimpin menjalankan tugasnya mengarahkan jika dirinya penuh kontradiksi?”* adalah salah satu tweet yang dituliskan oleh Mardani dalam membangun citra kepemimpinan Jokowi sebagai pemimpin, dan dari beberapa tweet yang peneliti kutip dari akun Mardani Ali Sera, tweet-tweet tersebut membangun wacana-wacana ketidak konsistenan dan keberpihakan Jokowi dalam memerintah.

Hariz Ashar dalam tweet-tweetnya lebih banyak mengkritik pemerintahan dari sikap pemerintahan yang kadang mengambil cara-cara referensif dalam menghadapi masyarakat yang tidak sepakat dengan kebijakan yang diambil oleh pemerintahan Jokowi. Konsentrasi kritik Hariz tidak terlepas dari latar belakangnya sebagai aktivis HAM, sehingga wacana yang terbentuk dari tweet Hariz Ashar adalah tindakan kekerasan yang dilakukan oleh pemerintah dalam menertibkan masyarakat.

Jika diperhatikan secara seksama orientasi kritik-kritik dari wacana yang dibangun oleh aktor kontemporer diatas, kritik-kritik mereka dapat dikelompokkan dalam beberapa isu yang menjadi konsentrasi mereka. Seperti Muhammad Said Didu, yang memulai kritik dalam wacana dengan melihat aspek pembangunan, sedang Rizal Ramli membangun kritik-kritiknya dengan melihat dampak ekonomi yang dihasilkan oleh kebijakan Jokowi, dan Mardani Ali Sera lebih banyak mengkritik pada wilayah langkah-langkah politis yang

diambil oleh Jokowi, sedangkan wacana yang dibawakan oleh Haris Azhar selalu berangkat pada wacana-wacana hak asasi.

b. Konsumsi Teks

Dalam dimensi ini untuk melihat konsumsi teks maka peneliti akan mengambil beberapa tanggapan terhadap tweet yang dilontarkan oleh Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, dan juga Haris Azhar sebagai pandangan khalayak atas distribusi teks dalam tweet tersebut.

1. @msaid\_didu: saat rakyatmu ingin sampaikan aspirasi, engkau pergi jauh dan engkau berikan janji tdk msk akal kebun singkong (*food estate*) gunakan drone dan traktor apung. Rakyat sudah paham gayamu alihkan perhatian seperti halnya mobil esemka, tol laut dll. Berhentilah berikan janji palsu.



Dua tweet kutipan dari gambar diatas adalah repon yang ditunjukkan oleh khalayak yang menerima tweet dari Muhammad Said Didu, pada tweet balasan dari Suhemi digambarkan pembenaran terhadap wacana yang dibangun oleh Muhammad Said Didu, sedangkan dalam akun Yuyun Wahyudi menunjukkan sikap yang sebaliknya menyerang kembali statement Said Didu dengan menganggap apa yang dituliskan dalam tweetnya hanya akan memprovokasi.

2. @mardanialisera: Dapatkah seorang pemimpin menjalankan tugasnya mengarahkan jika dirinya penuh kontradiksi?



Dari dua tweet yang dikutip dari komentar tweet Mardani Ali Sera, Keira Fath menunjukkan sikap setuju dengan yang dikatakan oleh Mardani dalam tweetnya sedangkan akun yang bernama Minan menanggapi sebaliknya dengan mengatakan kelompok dari Mardani-lah yang kontradiksi.

3. @RizalRamli: Mas @jokowi, jangan kabur2 dong katanya pemberani ketemu dong dengan pimpinan buruh dan mahasiswa. Jangan spt 4/11, ditakuti2 sehingga terpaksa kabur ke Cengkareng ternyata ndak ada apa2. Jika berani memutuskan, berani dong hadapi buruh & mahasiswa

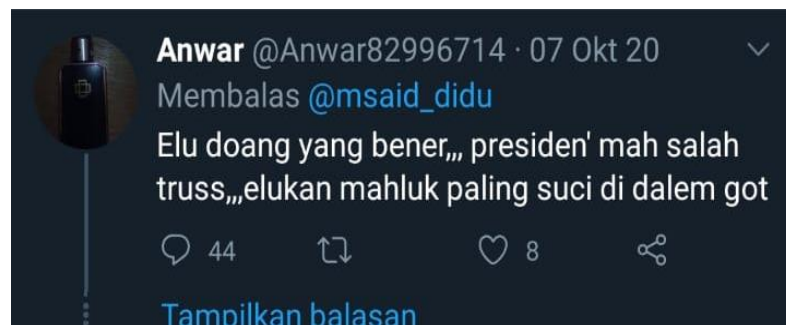




Dua tweet di atas yang diambil dari tweet Rizal Ramli sebagai respon terhadap wacana yang dibangun oleh Rizal Ramli dalam situasi aksi yang dilakukan masyarakat, pada akun Abd Rohman tanggapannya menunjukkan sikap setuju dengan apa yang ditulis oleh Rizal Ramli bahwa Jokowi adalah pengecut dan orang yang selalu buat masalah kemudian lari dari tanggung jawab, sedangkan akun dari Fian\_11 menanggapi tweet Rizal Ramli dengan mengatakan bahwa pendemo yang datang adalah preman yang disewa, dan mempertanyakan sikap Rizal Ramli tersebut hanya sebatas dendam sebab dipecat.

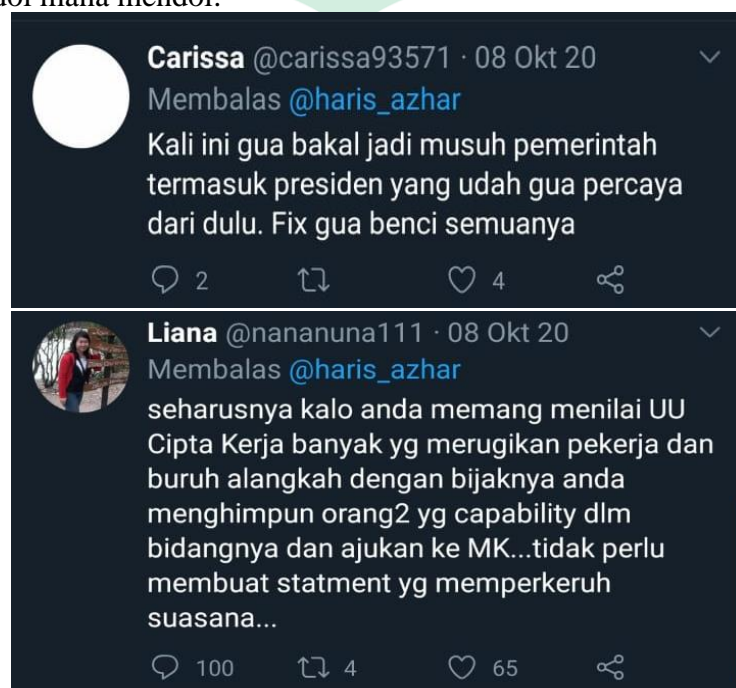
4. @msaid\_didu: dalam UU omnibus law ciptaker, tidak tepat hanya menyalahkan DPR karena inisiator UU ini dan yang MEMERINTAHKAN DPR agar UU tersebut selesai dalam waktu secepatnya adalah presiden.





Dari kedua tweet yang dikutip dari kolom komentar akun Muhammad Said Didu, akun dari OpiniRakyat\_2021 muncul membenarkan pernyataan Muhammad Said Didu dalam tweetnya dengan menghadirkan cuplikan pidato dari Jokowi yang meminta DPR cepat menyelesaikan UU ciptaker tersebut, sedangkan dalam akun Anwar pada tanggapannya lebih bersifat menyerang Said Didu dengan mengatakan “*elu doang yang bener,,, presiden mah salah truss,,, elukan mahluk paling suci di dalem got*”.

5. @Haris\_Azhar: bukti baru bhw UU Omnibus Law ini buruk; demo dibalas dg kekerasan, Jokowi, dg alas an “jadwal”, keluar jkt; menuduh aksi ada dalangnya. Daaan, versi final tidak diketahui. Regim panik. Cendol mana mendol.



Dari kedua komentar yang diambil dari tweet Haris Azhar, akun Carissa menanggapi wacana yang dibangun Haris dengan menunjukkan sikap kecewanya dan pesimis terhadap pemerintahan Jokowi, sedangkan akun Liana menanggapi dengan pertanyaan bahwa jika tidak sepakat dengan UU agar menghimpun orang-orang yang berkapabilitas untuk diajukan ke MK, tweet dari Haris menurut Liana hanya memperkeruh suasana.

6. @msaid\_didu: artinya bhw penambahan utang tsb bukan sekadar urusan mengkeu tapi urusan presiden sesuai perpres 72/2020 ttg APBN 2020 yg tdk melalui DPR. Mengkeu hanya pelaksana. Rakyat kritisi utang krn merekalah yg akan bayar, apalagi jumlahnya makin besar dan bunganya tinggi.



Dua tweet diatas adalah komentar yang diambil dari tweet Muhammad Said Didu, tanggapan pertama dari akun Alang Babega menanggapi tweet Said Didu dengan keluhan bahwa ternyata hasil dari kebijakan Jokowi membuat ekonomi makin jatuh dan akhirnya banyak usaha usaha yang tutup, sedangkan pada akun AsnawiYL menanggapi wacana said Didu dengan mengatakan tidak apa-apa rakyat mebayar, dalam tanggapan tersebut Asnawiyl juga mempertanyakan kontribusi Said Didu terhadap Negara.



7. @MardaniAliSera: hal ini akan dicatat dlm sejarah saat generasi muda melihat dampak kerusakan UU omnibus Law nantinya. Perjuangan diparlemen kian berat karena bersatunya eksekutif dgn partai pendukung koalisi yang sukses mengesahkan RUU OBL jd UU, bisa jadi preseden buruk.



Kedua tweet diatas adalah komentar yang diambil dari tweet Mardani Ali Sera. Akun Royan, menanggapi tweet Mardani dengan sebuah dukungan terhadap Mardani, wacana perjuangan Mardani sebagai oposisi yang menampung aspirasi masyarakat menolak UU omnibus Law dianggap oleh Royan sebagai penegasan bahwa partai Mardani adalah teman dalam berjuang, sebaliknya dalam akun Indonesia Banget, menanggapi dengan menyerang Mardani Ali Sera dengan mengatakan ketua partainya korupsi dan anggotanya terpecah belah.

8. @RizalRamli: mas @jokowi, mau dibawa kemana RI ? surat utang bunganya semakin mahal. Untuk bayar bunga utang saja, harus ngutang lagi. Makin parah. Makaya mulai ganti strategi jadi “pengemis utang bilateral” dari satu negara ke negara lain,, itupun dapat recehan itu yang bikin ‘shock’



Kedua tweet di atas adalah tanggapan terhadap wacana yang disebarakan oleh Rizal Ramli melalui tweetnya. Akun Ira Samsuddin menanggapi tweet tersebut dengan mempertanyakan keadaan dari sikap pemerintahan Jokowi, keluhan dari akun tersebut menunjukkan kepercayaan atas situasi yang digambarkan oleh Rizal Ramli, sedangkan pada akun Rahayu Puspa, tanggapannya berupa klarifikasi terhadap wacana hutang yang dibangun oleh Rizal Ramli dengan menjelaskan dengan menjelaskan data dari Bloomberg.

9. @Haris\_Azhar: pendemo ngga paham RUU Cilaka, salah. Kalau presiden ngga ngerti RUU Cilaka, salah atau ngga? Presiden suruh gubernur n walikota jadi penyidik (nanya-nanya), salah atau ngga?







Kedua tweet di atas merupakan tanggapan dari wacana yang terdapat dalam tweet Haris Azhar. Akun Amira Alhamid menanggapinya dengan menunjukkan sikap pasrah dan pesimis terhadap yang dilakukan oleh rezim Jokowi, pernyataan “*hancur... hancur dah*” dalam tweet tersebut menggambarkan sikap tersebut, sedangkan pada akun Unbolaveble, beliau menanggapinya dengan membandingkan sikap dari pendemo yang melakukan aksi yang disertai dengan pengrusakan fasilitas publik.

10. @Rizal\_Ramli memang pilihan berat & sulit, defisit kepercayaan dan prestasi, hanya bisa ditopang sementara dgn cara otoriter. Bisa berujung tragedi. Semoga sing eling dan tahu batas



Kedua kutipan tweet diatas adalah tanggapan dari tweet dari akun Rizal Ramli. Pada akun Ikmal, beliau menanggapi dengan menarik kemasa lalu di mana Jokowi yang dikenal sebagai pemimpin yang suka blusukan sampai turun ke gorong-gorong sebagai awal dari masalah yang dirujuk oleh Rizal Ramli dalam tweetnya. Dalam tanggapannya itu pula dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat kekecewaan dan rasa dibohongi oleh perilaku Jokowi, sedang pada akun Belajar Waras, beliau menanggapi dengan membandingkan Jokowi dengan Rizal Ramli. Bahwa Jokowi jauh lebih baik dan Rizal Ramli dan hal itu dipertegas dengan perkataan bahwa Rizal Ramli tidak becus sebagai menteri.

Dari semua data yang ada diatas dapat dilihat pada dimensi *discourse practice* wacana yang dibangun oleh akun Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, dan juga Haris Azhar. Meskipun selalu selalu inheren terhadap isu yang diresponnya, baik yang berasal dari putusan dan kebijakan maupun dalam sikap yang diperlihatkan Jokowi dalam menghadapi masyarakat. Hasilnya selalu menghadirkan tanggapan yang pro dan kontra dari khalayak yang menerima tweet tersebut, meskipun tak semua tanggapan tersebut linier dengan wacana yang terbangun dalam tweet tersebut.

### 3. *Analisis Sociocultural Practise*

*Analisis sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwasanya konteks sosial yang berada di luar media mempengaruhi bagaimana wacana yang akan muncul dalam media. Pada dimensi *sociocultural practice* pada dasarnya tidak berhubungan secara langsung dengan produksi teks tetapi iya menentukan bagaimana wacana dalam sebuah teks dibentuk dan dipahami. Fairclough

membangunnya dalam tiga tingkatan analisis yaitu, situasional, institusional, dan sosial.<sup>75</sup>

a. Situasional

Pada tingkatan ini akan dilihat bagaimana teks terkait diproduksi dengan melihat aspek situasi yang terjadi. Teks dihasilkan dari kondisi atau suasana yang khas, dan unik. Sehingga suatu teks yang diproduksi akan menghasilkan teks yang berbeda dengan teks yang lain. Dalam hal ini wacana dipahami sebagai suatu tindakan dalam merespon situasi atau konteks sosial tertentu.<sup>76</sup>

Konteks sosial yang terjadi pada saat pembangunan wacana dari akun Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera. Merujuk pada semua bahasan tweet-tweet yang dikutip dapat diklasifikasikan dalam satu bangunan besar bahwa tweet-tweet tersebut membahas persoalan kebijakan dan sikap dari Jokowi dalam menentukan kebijakan-kebijakan seperti, Omnibus Law, kebijakan ekonomi, dan sikap Jokowi dalam menghadapi aksi massa yang tidak sepakat dengan keputusan tersebut.

Hal ini tidak terlepas dari orientasi politik dari ke empat akun tersebut yang memposisikan diri sebagai oposisi sejak awal pemerintahan Jokowi dalam periode kedua ini. Dalam penyebaran wacana-wacana mereka dalam tweet meski tidak semua menyepakati dan menerima wacana tersebut, tetapi jumlah pengikut dan retweet dari akun-akun mereka berjumlah cukup banyak sehingga wacana tersebut tersebar luas dan dapat dijangkau oleh pengguna tweet lain.

---

<sup>75</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, h.320

<sup>76</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, h.322

Merujuk pada konteks tersebut, dapat dikatakan bahwa wacana-wacana yang dibangun oleh akun-akun terkait adalah untuk mempengaruhi dan membuat masyarakat lebih konsentrasi terhadap tindakan-tindakan Jokowi. Karena dapat dilihat tweet-tweet yang mereka buat tidak terlepas dari keputusan Jokowi dalam membuat kebijakan dan menghadapi reaksi masyarakat.

b. Institusional

Tingkatan institusional meninjau bagaimana pengaruh institusi organisasi dalam praktik produksi wacana. Institusi ini bisa berasal dari dalam diri media, bisa juga berasal dari pengaruh luar media dalam institusi politik. Institusi politik yang dimaksud di sini adalah bagaimana media tersebut digunakan oleh institusi politik menjadi alat-alat kekuatan dominan yang ada dalam masyarakat untuk merendahkan dan memarginalkan kelompok lain.<sup>77</sup>

Adanya internet dan kemajuan teknologi informasi tentu tidak bisa dihindari oleh fakta politik yang terjadi di Indonesia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh We Are Social data yang dihasilkan berupa informasi media sosial yang populer di Indonesia. Salah satu media sosial tersebut adalah twitter yang menyajikan fakta tentang strategisnya peran media sosial di Indonesia sejak pemilu 2014.<sup>78</sup> Hal ini pula yang dimanfaatkan oleh akun Muhammad Said Didu, Rizal Ramli, Mardani Ali Sera, dan Haris Azhar dalam menyebarkan wacana-wacananya dalam membentuk perspektif masyarakat dalam melihat dan merespon tindakan dan kebijakan-kebijakan politik yang dihasilkan oleh rezim Jokowi.

<sup>77</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, h.325

<sup>78</sup> Atika Aisyah Rahmi, Asmawi, dan Aidinil Zetra, *beragam media sosial dalam dunia politik di Indonesia*, (Universitas Andalas: Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2019), h.175

c. Sosial

Pada dimensi sosial wacana dilihat dari situasi dan kondisi yang lebih luas. Tingkatan ini melihat secara makro, meliputi system ekonomi, sistem politik, dan sistem budaya di masyarakat. Faktor sosial sangat mempengaruhi bagaimana wacana sosial akan muncul dalam pemberitaan, bahkan Fairclough mengatakan bahwa wacana yang akan muncul pada media dipengaruhi oleh perubahan dan *trend* masyarakat.<sup>79</sup>

Seperti yang dikutip dalam situs resmi kominfo mengungkapkan bahwa masyarakat yang menggunakan internet mencapai 63 juta orang, dari total tersebut sekitar 95% adalah orang yang aktif mengakses sosial media. Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP), yang bernama Salamatta Sembiring mengatakan bahwa situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah Facebook dan Twitter, bahkan dalam informasi terakhir Indonesia menempati urutan ke-5 untuk jumlah pengguna aktif sosial media twitter.

Masih menurut Sembiring, di era globalisasi ini perkembangan telekomunikasi dan informatika sudah berkembang sangat cepat. Namun kebanyakan dari pengguna twitter di Indonesia hanya bersifat konsumen, yaitu orang-orang yang tidak memiliki blog dan belum pernah mengupload video youtube, kebanyakan akses mereka hanya melakukan tweet dan merespon tweet dari tweet viral.<sup>80</sup>

Sementara dari hasil survei Asosiasi Penelusuran Jasa Internet Indonesia (APJII) yang diumumkan oleh menunjukkan bahwa penetrasi

<sup>79</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, h.326

<sup>80</sup> KOMINFO, "Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", *Website Resmi KOMINFO*, <http://kominfo.go.id/pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang.html>. diakses pada 1 Desember, 2020 pada pukul 17.30 Wita.

internet dari tahun 2019 sampai 2020 kuartal ke-2 mencapai 73,7% dari populasi. Angka tersebut mengalami pertumbuhan sebesar 8,9% atau sebesar 25 juta pengguna dari tahun-tahun sebelumnya, dan dari pertumbuhan tersebut partisipasi kalangan akademik adalah yang terbesar.<sup>81</sup>

Dari kedua sumber di atas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya pengguna internet yang mengakses media sosial twitter (New Media) mengalami pertumbuhan yang membuat masyarakat semakin terkoneksi satu sama lain tanpa terhalang oleh jarak, media sosial yang bekerja dengan membaca algoritma pengguna untuk mempertemukan topik-topik yang diinginkan adalah salah satu faktor penting yang membuat para pengguna untuk saling menemukan.

Selain itu menurut Papacharisi, hadirnya ruang publik dalam bentuk virtual, hal ini dapat membangun nilai-nilai yang ditukar dalam anggota politik untuk membangun sumber informasi dan menghimpun kelompok masyarakat dengan arah politik yang sama. Budaya politik ini bergerak dalam ruang publik baru (new public sphere) yang merupakan ruang virtual (virtual space) tempat dimana nilai-nilai itu dipertukarkan di antara anggota.<sup>82</sup>

Twitter yang bersifat umum menjadi media yang dapat memfasilitasi para pengguna aktif untuk melakukan penyebaran dan pembangunan opini dan debat argumentasi, sehingga monopoli wacana tidak menjadi sentral pada satu tokoh saja dan lebih interaktif.

---

<sup>81</sup> APJII, "APJII Tingkatkan Penetrasi Jaringan, Sasar 70Juta Penduduk Belum Terkoneksi Internet", Buletin APJII Edisi 75 (November 2020), *Situs Resmi APJII*, <http://www.apjii.or.id> (diakses pada Desember 2020)

<sup>82</sup> Farah Nisa, "*Analisis Tweet Buzzer dalam Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Penyebaran Hatespeech Oleh akun Twitter Danny Sireggar Terkait Pemilu 2019)*", (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2019), h.76

Dari analisis di atas dapat dikatakan bahwa pola komunikasi yang terjadi di twitter lebih bersifat komunikasi informal yang membicarakan berbagai topik yang aktual, hal ini tidak terlepas dari sifat sosial media yang fleksibel dan diisi oleh berbagai kalangan. Dan bila melihat dari respon khalayak dari twitter yang diambil dari oposisi Jokowi upaya-upaya untuk mengubah iklim politik selalu dilakukan dengan menunjukkan kelemahan sikap dan keputusan Jokowi dalam mengambil kebijakan sehingga tercipta kontrol sosial yang lebih kuat dan fokus yang lebih banyak dari masyarakat, khususnya penerima pesan dari twit-twit akun oposisi.

Twitter dalam Posisinya sebagai *New Media* untuk menunjang proses komunikasi politik telah memberikan ruang yang besar untuk terjadinya proses pendidikan politik sebagaimana Fungsi komunikasi politik. Kehadiran twitter juga menjadi salah satu saluran yang baik bagi masyarakat untuk memberikan kendali dalam menunjukkan cara mereka mengekspresikan dampak dari tindakan para elit pemerintah dan oposisi, hal ini juga memberikan ruang untuk proses transisi pembaharuan system politik dalam proses penjangkaran masalah dalam masyarakat.

Dari wacana-wacana yang dibangun oleh Muhammad Said Didu, Mardani Ali Sera, Rizal Ramli, dan Haris Azhar di twitter, pada sebageaian kelompok berhasil membangun paradigma kritis masyarakat sehingga pengawasan dalam proses politik menjadi lebih besar, dalam hal ini mereka berhasil memfugsikan media sebagai alat kontrol demokrasi. Namun disisi lain dari kritik faktual mereka, kehadiran sentimen personal dalam wacana mereka memberikan kecacatan tersendiri dalam proses komunikasi politik, sehingga dalam beberapa respon yang didapatkan melalui tanggapan twit mereka menghadirkan perdebatan yang tidak

konstruktif sehingga mengurangi simpati kelompok pendukung penguasa untuk menerima wacana mereka. Sentimen personal dalam wacana tersebut dalam beberapa twit mereka juga kadang membentuk klasifikasi dalam masyarakat yang dapat membelah persatuan masyarakat sebagai bagian integral yang harusnya membangun pengawasan terhadap pemerintahan.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Pertumbuhan pengguna internet dalam beberapa waktu terakhir memberikan dampak sosial pada masyarakat kita. Hal ini selaras dengan bertambahnya orang-orang yang mengakses sosial media sebagai media untuk mencari teman dan mencari topik pembahasan yang serupa, terkhusus dalam wacana-wacana politik. Hal ini memberikan ruang dan peluang yang besar bagi para aktor dan aktris politik untuk memainkan peranannya dalam struktur pemerintahan. Terkhusus pada media sosial Twitter, ruang ini telah menjadi media pertarungan wacana yang dilirik oleh oposisi politik pemerintahan Jokowi untuk menyalurkan aspirasinya sekaligus membentuk paradigma masyarakat melalui wacana-wacananya yang terkandung dalam tweetnya.

Masifnya para oposisi politik di sosial media menyampaikan kritiknya terhadap rezim Jokowi tidak serta merta menjadikan para khalayak publik bersepakat dan menyatakan sikap politiknya untuk mendukung gerakan politik mereka, akses yang tidak terbatas terhadap satu twit yang dilemparkan ke publik oleh oposisi memberikan peluang yang sama untuk pendukung Jokowi menerima wacana-wacana tersebut, sehingga kelompok-kelompok militan dari rezim Jokowi menggunakan ruang tersebut untuk menyangkal atau bahkan menyerang pemilik akun oposisi tersebut secara pribadi, hal ini juga dipengaruhi oleh sisipan-sisipan sentimen personal terhadap Jokowi sehingga terkadang menimbulkan perdebatan yang menggeser poin dalam inti kritik aktor oposisi.

Pro-kontra yang kemudian hadir dalam wacana-wacana yang dibangun oleh oposisi Jokowi di sosial media, menjadi bukti bahwa twitter sebagai new

media dalam ruang politik kita adalah salah satu media yang *seksi* untuk digunakan dalam menyampaikan aspirasi. Dan hal tersebut dapat memberikan pendidikan politik serta informasi politik kepada khalayak untuk menentukan sikapnya dalam merespon kondisi politik yang terjadi di Indonesia karena twitter yang diakses oleh berbagai orang dengan latar belakang pengetahuan yang berbeda-beda sehingga memperkaya sudut pandang masyarakat.

## **B. Saran**

Selama penelitian, peneliti menyadari secara penuh dengan adanya kekurangan dalam penelitian ini. Terbatasnya referensi dalam proses penelitian membuat peneliti sedikit sulit untuk melakukan olah hasil, sehingga pengkajian tidak terasa maksimal, dan juga beberapa akun twitter yang dapat sewaktu-waktu menghapus twit atau komentarnya pada satu twitter tertentu.

Untuk para pengguna sosial media, terkhusus yang mengakses twitter, agar lebih kritis dalam merespon dan menanggapi setiap wacana yang ditemukan saat berselancar di sosial media. Fleksibilitas twitter yang memberikan ruang kepada setiap kalangan untuk mengaksesnya memberikan kesempatan yang sama untuk melakukan hal yang serupa dari latar belakang yang berbeda khususnya dalam perbincangan politik. Setiap orang mempunyai tujuannya masing-masing yang dilatar belakangi oleh ideologi-ideologi tertentu sehingga kita perlu menaruh curiga untuk semua wacana tersebut agar membuat kita lebih objektif dalam melihat fenomena-fenomena teraktual yang ada dalam diskusi politik.

Secara khusus untuk para praktisi politik dan orang-orang yang mempunyai minat dalam politik, peneliti berharap untuk lebih sensitif terhadap ruang-ruang kosong yang ada di publik untuk dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mendidik masyarakat menjadi kritis dalam melihat situasi yang politis. Era informasi yang memberikan percepatan komunikasi yang lebih deras ini agar dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga tidak terjadi dominasi ruang terhadap satu

kelompok agar tercipta ruang control untuk melihat pemerintahan dalam berbagai sudut.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal

Al-Qur'an Al-karim

Abugaza, Anwar. *Sosial Media Politika Gerak Massa Tanpa Lembaga*, Jakarta. Tali Writing & Publishing House, 2013.

Anshari, Faridhian. "Komunikasi Politik di Era Sosial Media" *Jurnal Komunikasi*, ISSN 1907-898X Vol 8, No.1 Oktober 2013.

Ash-Shabuni, Syaikh Muhammad, Ali, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir*, Bandung. Penerbit Jabal, 2013

Al-Naisa, Muslim, Ibn-Hajja, Al-Hasan. Al-Qusyay Sahih Muslim Juz 1

Asri, Syamsul, Aktor Politik Kontemporer dalam Perspektif Psychocultural" *Jurnal Politik Profetik* volume 1 no.1, 2013.

Bungin, Burhan. "Komunikasi Politik Pencitraan The Sosial Construksion of Public Administration (SCoPA)", Jakarta, PRENADAMEDIA GROUP, 2018.

Bungin, Burhan Penelitian Kualitatif, Jakarta: Kencana Media Group, 2007.

Cangara, Hafied. Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.

Eriyanto. Analisis Wacana Pengantar Analisis dan Teks Media. Yogyakarta: PT. LkiS Printing Cemerlang, 2009.

Eriyanto. Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: LkiS, 2001.

Firmonasari, Aprilia. "Wacana Politik Nicolas Sarkozy: Analisis Psikostruktural Lacanian", *jurnal Humaniora*, vol.19 No.3 Oktober 2007.

Hajar, Ibnu. Teori dan Praktek Komunikasi Politik. Yogyakarta: Genta Press, 2015.

Hamidati, Anis Komunikasi. 2.0 Teoritisasi dan Implikasi, Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011.

Haryatmoko. Critical Discourses Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan. Jakarta: Rajawali Pers, oktober 2016.

Herliani, Lia. "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)". *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, No. 4, 2015.

Jorgensen, Marianne W & Louise, J Phillips. Analisis Wacana Teori dan Metode, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007).

Kholisoh, Munazahatul, dkk. "Peran Media Sosial dalam Demokrasi Masa Kini". *Skripsi*. Magelang: Universitas Tidar Magelang Program Ilmu Administrasi Negara, 2018.

Kementerian Agama RI, *Al-qur'andan terjemahannya* bandung: Syami quran, 2012

- Kriyantono, Rachmat. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana, 2008.
- Marijang, Kacung. Ilmu Politik Dalam Paradigma abad ke-21 Sebuah Referensi Panduan Tematis Jilid 2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Muhtadi, Asep, Saeful. *Komunikasi Politik Indonesia*. Cet. 1 Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2008.
- Muhtadi, Asep Saeful. *komunikasi Politik Indonesia Dinamika Islam Politik Pasca-Orde Baru*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2008.
- Mulyani, Ike Atikah Ratna DKK. “Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogo”, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*. ISSN 1411-0903 Vol 20, No. 2 Juli 2018.
- McNair, Brian. Pengantar Komunikasi Politik. Bandung: Nusa Media, 2015.
- McQuail, Denis. Teori Komunikasi Massa suatu pengantar. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1994.
- Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efe*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2006.
- Nisa, Farah. “Analisis Tweet Buzzer dalam Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Penyebaran Hatespeech Oleh akun Twitter Danny Sireggar Terkait Pemilu 2019)”, *SKripsi*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2019.
- Nurfahirah. “Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik Dalam Pilkada Kabupaten Gowa Tahun 2015”, *Skripsi*. UIN ALAUDDIN MAKASSAR 2015.
- Nurudin. *Komunikasi Propagan*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2008.
- Puspitasari, Dinda “Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa dalam Merias Wajah”, *skripsi* Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2018.
- Putri, Rosiana Eka. “Komunikasi Politik (Model Komunikasi Politik Antar Fraksi dalam Pembentukan Norma UU Pilkada Secara Demokrasi)”, *jurnal* Vol.5, No1 Maret 2015.
- Rachmatunnissa-DetikInet, “Pilpres Zaman Now dan Perang Opini di Medsos” <http://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4425166/pilpres-zaman-now-dan-perang-opini-di-medsos.com>, diakses pada 27 Oktober.
- Rahmi, Atika Aisyah, Asmawi, dan Aidinil Zetra,. beragam media sosial dalam dunia politik di Indonesia, *Jurnal*. (Universitas Andalas: Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, 2019.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Cet. 27 (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017.
- Rista, Intan Zulfiana. “wacana Perempuan dan Politik di Media Massa (Analisis Wacana Konstruksi Perempuan di Bidang Politik dalam Majalah Kartini Edisi Khusus 100 Wanita Terinspirasi Tahun 2008-2011 Kategori Politik)”, *skripsi*.. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

- Sobur, Alex. Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Subiakto, Henry, Rachma Ida. Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi. Jakarta: Prenada media Group, 2015
- Subiakto Henry dan Rachman Ida. Komunikasi Politik dan Demokrasi. Jakarta: Prenamedia Group, 2012.
- Soyomukti, Nurani. Komunikasi Politik Kudeta Politik Media, analisa Komunikasi Rakyat dan Penguasa. Malang: Intrans Publishing, 2013.
- Suciningsih, Indriy. “*Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabaya di Twitter*”. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri sunan ampel Surabaya, 2019.
- Sugihartati, Rahma. Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer. Jakarta: Kencana, 2014.
- Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung, ALFABETA. CV, 2014.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014.
- Vera, Nawiroh Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.

### Sumber Online

- APJII, “APJII Tingkatkan Penetrasi Jaringan, Sasar 70Juta Penduduk Belum Terkoneksi Internet”, Buletin APJII Edisi 75 (November 2020), *Situs Resmi APJII*, <http://www.apjii.or.id>. diakses pada Desember 2020.
- CNN Indonesia, “Pakar Sebut Tokoh Publik Memperuncing Isu Pemilu di Medsos”, *situs resmi CNN Indonesia*. <http://m.cnnindonesia.com/teknologi/20190423150325-192-388867/pakar-sebut-tokoh-publik-memperuncing-isu-pemilu-di-medsos.com>, diakses 26 Oktober 2019.
- Kominfo “*Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*”, *situs resmi Kominfo*, <http://kominfo.go.id>. Di akses pada 26 Oktober.
- KOMINFO, “Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang”, *Website Resmi KOMINFO*, <http://kominfo.go.id/pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang.html>. diakses pada 1 Desember, 2020 pada pukul 17.30 Wita.
- WIKIPEDIA “Sejarah Twitter”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/twitter>. di akses pada 1 Oktober, 2020 pada pukul 10.14 Wita.
- WIKIPEDIA “Konten Twitter”, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/twitter>. di akses pada 1 Oktober, 2020 pada pukul 10.30 Wita
- <https://www.viva.co.id/siapa/read/1042-muhammad-said-didu>, diakses pada senin, 5 oktober 2020.
- <https://www.viva.co.id/siapa/read/969-mardani-ali-sera>, diakses, pada, Senin, tanggal 5 oktober 2020.

<https://www.viva.co.id/siapa/read/300-rizal-ramli>, diakses pada hari Senin, 5 Oktober

<https://www.viva.co.id/siapa/read/72-haris-azhar>, diakses pada November



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Arisandi**, lahir di Bontoboddia 02 Mei 1996 anak pertama dari empat bersaudara, dari sepasang kekasih bernama Amiruddin dan Ramlah. Pendidikan formal, Sekolah Dasar di SD Inpres Mannuruki, pada tahun 2002 sampai 2007, melanjutkan ke jenjang berikutnya di SMP Negeri 1 Galesong Utara pada tahun 2007 sampai tahun 2010, melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Limbung dengan mengambil Jurusan Teknik Elektronika (Audio Video) pada tahun 2010 sampai tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dengan mengambil program studi Ilmu Politik pada Fakultas Ushuluddin, Filsafat dan Politik pada tahun 2015.

Untuk saran dan kritik penulis bisa disapa via *E-mail*: [\*\*andisarkodes@gmail.com\*\*](mailto:andisarkodes@gmail.com), penulis juga aktif berjejaring di FB dengan menggunakan nama **Muhammad Arisandi**, dan IG dengan user **Andinesiaaaa**.

ALAUDDIN  
MAKASSAR



